

# **Die digitale Formatierung des Selbst. Erwerbsorientierungen im Internet**

Dissertation

zur Erlangung des akademischen Grades

doctor philosophiae (Dr. phil.)

vorgelegt dem Rat der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften

der Friedrich-Schiller-Universität Jena

von M.A. Stefan Schröder

geboren am 24.09.1976 in Erfurt

Gutachter

1. Prof. Dr. Christoph Köhler

2. Prof. Dr. Stephan Lessenich

Tag der mündlichen Prüfung: \_\_\_\_\_

Mein herzlicher Dank gilt dem DFG-Kolleg „Postwachstumsgesellschaften“ der Friedrich-Schiller-Universität für das Abschlussstipendium, welches die Fertigstellung der Arbeit ermöglicht hat.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	1
1.1	Verbreitungsmedien und Internet als soziologisches Thema	1
1.2	Verbreitungsmedien – mehr als Informationsüberträger	3
1.3	Arbeitsmarkt zwischen Umbruch und Kontinuität	6
1.4	Arbeitsmarktsegmentation und Systemtheorie	8
1.5	Arbeitsmarktsegmentation und Verbreitungsmedien	15
1.6	Subjektivierung und Erwerbsorientierung	17
1.7	Das Selbst im Internet: Thesen	22
1.8	Kapitelüberblick	25
<b>2</b>	<b>Euphorie oder Ökonomie? Der Gegenstand arbeitsmarktbezogene Internet- anwendungen</b>	27
2.1	Die massenmediale Perspektive	27
2.2	Interneteuphorie	29
2.3	Das Internet am deutschen Arbeitsmarkt. Die quantitative Dimension	34
2.4	Effizientes Internet? Die transaktionskostentheoretische Perspektive	39
2.5	Interneteuphorie und Flexibilisierung. Empirische Eindrücke	44
2.6	Schlussfolgerungen	48
<b>3</b>	<b>Die Medialität von Arbeit</b>	50
3.1	Probebohrungen. Verbreitungsmedien und Arbeit	50
3.2	Baeckers Mediengeschichte der Arbeit	51
3.3	Mediengeschichte ohne unizistischen Arbeitsbegriff	59
3.4	Oralität und Arbeit	61
3.5	Sakrale Schrift und Arbeit	68
3.6	Gedruckte Schrift: Arbeitsmärkte und produktive Subjektivierung	74
3.7	Probebohrungen. Die Fundstücke	84
<b>4</b>	<b>Arbeitsmarkt als Beobachtung wirtschaftssysteminterner Umwelt</b>	86

4.1	Warum ein systemtheoretischer Begriff des Arbeitsmarktes? .....	86
4.2	Verschiedene Perspektiven .....	88
4.3	Exkurs 1: Konstruktivistische Kritik am wissenschaftlichen Diskurs .....	92
4.4	Exkurs 2: Brillen, Vexierbilder und systemtheoretische Grundbegriffe.....	96
4.5	Exkurs 3: Der Begriff der Beobachtung .....	103
4.6	Gesellschaftstheoretische Aspekte .....	109
4.7	Arbeitsmarkt als systeminterne Umwelt .....	113
4.8	Typologie von Erwerbsorientierungen.....	121
4.9	Beobachtungstheoretische Schlussfolgerungen .....	124
<b>5</b>	<b>Beobachtung und Erwerbsorientierung. Empirische Perspektiven.....</b>	<b>127</b>
5.1	Betriebsförmige und selbstzentrierte Erwerbsorientierungen.....	127
5.2	Das Selektionsfilter Internet.....	131
5.3	Thesen .....	137
5.4	Empirisches Material und Methode .....	139
5.5	Die Nutzung des Internets im Sample.....	143
5.6	Jobbörsen und marktförmige Erwerbsorientierung. Der Fall Müller .....	149
5.6.1	Einleitung .....	149
5.6.2	Selbst-Zurechnung – „grundsätzlich mache ich mein eigenes Ding“ (Hr. Müller) .....	151
5.6.3	Exkurs: Die Jobbörse Monster .....	157
5.6.4	Selbst und Jobbörse.....	161
5.6.5	Erwerbsbiografische Krise .....	167
5.6.6	Trost im Internet.....	173
5.6.7	Der Arbeitsmarkt im Internet als Kontrollprojekt.....	177
5.6.8	Zusammenfassung Herr Müller.....	179
5.7	Karrierenetzwerk und ökonomisierte Anrufungen. Der Fall Schmidt.....	181
5.7.1	Exkurs: Das Karrierenetzwerk GULP .....	181

5.7.2	Zwischen Marktförmigkeit und Ökonomisierung. Die Erwerbsbiografie Herrn Schmidts.....	189
5.7.3	Kontingenz .....	197
5.8	Zusammenfassung Fallstudien .....	199
<b>6</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>204</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>211</b>

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Die Rolle von Verbreitungsmedien.....	5
Abbildung 2: Typen der digitalen Gesellschaft im Überblick .....	31
Abbildung 3: Suchwege in Deutschland .....	35
Abbildung 4: Charles Allan Gilbert: All isVanity 1892 .....	101
Abbildung 5: Googlestatistik für die Suche nach den Begriffen „Xing“ und „Meinestadt“ ..	141
Abbildung 6: Suchwege und Wege der Stellenbesetzung.....	145
Abbildung 7: Verbreitungsmedien nach Qualifikationsniveau .....	148
Abbildung 8: Sichtbarkeit des Arbeitsmarktes im Portal Monster .....	159
Abbildung 9: Selbstprofil in der Jobbörse Monster .....	161
Abbildung 10: Homepages von GULP und Monster im Vergleich .....	182
Abbildung 11: Ausschnitt Trashpoll Einstellung zur Existenzform Freiberufler .....	186

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Teilarbeitsmärkte und Funktionssysteme.....	14
Tabelle 2: Verbreitungsmedien und Kommunikation.....	84
Tabelle 3: Erwerbsorientierungen .....	123
Tabelle 4: Vermarktlichung und Ökonomisierung.....	130

# **1 Einleitung**

## **1.1 Verbreitungsmedien und Internet als soziologisches Thema**

Vielleicht nicht ganz zufällig im Moment eines tiefgreifenden medialen Wandels erfahren Fragen nach der Bedeutung von Medien in den Sozialwissenschaften und gerade auch in der Soziologie eine Konjunktur. So führt dem interessierten Beobachter die rasante, sich global erstreckende, mit verschiedenen Hoffnungen, Erwartungen und Ängsten verbundene Verbreitung des Internets eindrucksvoll vor Augen, dass soziale Beziehungen, Deutungsmuster, Welt- und Selbstverhältnisse immer den Stempel des Mediums tragen, über das jeweils kommuniziert wird. Die vorliegende Arbeit will hier anknüpfen und für einen mediensoziologischen Blick werben. Mit Fokus auf arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen soll in soziologischer Perspektive nach der Rolle des Internets für den Arbeitsmarkt gefragt werden.

Schon ein erster Blick auf Internetkommunikation verweist auf eine große Vielfalt und Breite der internetinduzierten Veränderungen und Neuerungen. Von den Möglichkeiten kritischer Öffentlichkeit in einschlägigen Blogs und über Twitter bis zu Veränderungen im Bereich politischer Teilhabe durch E-Government, Abgeordnetenwatch oder Liquid Democracy; vom Einzelhandel über Amazon bis zum Finanzmarkt und dessen Digitalisierung; vom Urheberrecht im Zeitalter verlustfreier Kopien bis zur Arbeit der Geheimdienste unter dem Vorzeichen von WikiLeaks und Abkömmlingen – ganze politische, rechtliche und wirtschaftliche Institutionen, semantische Bestände und kulturelle Muster geraten unter Druck und wandeln sich durch die Kommunikation über das Internet. Der Druck auf tradierte soziale Formen macht dabei auch nicht vor (sogenannten) privaten Bereichen halt. Freundschaften auf Facebook heißen Freundschaften, sind aber soziale Beziehungen, die im Verhältnis zum tradierten Typ von Freundschaft einen anderen Charakter haben (vgl. Miller 2012; Neumann-Braun 2010). Und in Partnerschaftsbörsen und auf Dating-sites werden Liebessuchende in einer spezifischen Form adressiert und das eigene Selbst in einem anderen Licht präsentiert (vgl. Illouz 2007: 115-168).

Auch ohne akademische Expertise kann man derzeit behaupten, dass durch die massive Ausbreitung des Internets einiges in Bewegung geraten ist. Vieles davon (alles?) ist sozial konstituiert und fällt demnach in den Gegenstandsbereich der Soziologie. Und die schon dem ersten Eindruck nach durchaus weitreichenden Veränderungsprozesse rechtfertigen und verlangen es geradezu, in soziologischer Perspektive nach der Rolle von Verbreitungsmedien zu fragen, auch wenn man aus theoretischen, forschungspragmatischen oder sonstigen Gründen



den theoretischen Klassikern der Soziologie folgt und den Einfluss von Medien als akzidentiellen Faktor einstuft (vgl. Ziemann 2006: 5). Soziologische Forschungen zu den verschiedensten sozialen Phänomenen reagieren derzeit entsprechend und fragen nach der Rolle digitaler und vernetzter Kommunikation für die Genealogie und die Konstitution ihres Gegenstandes (vgl. Krotz/Hepp 2012; Ziemann 2011; Jäckel 2010; Sutter 2010; Stegbauer/Rausch 2006).

Der hier in Frage stehende Gegenstandsbereich ist mit dem Begriff des Arbeitsmarktes adressiert. Auch hier etabliert sich das Internet mit Nachdruck. Online-Jobbörsen, das Portal der Agentur für Arbeit, Karrierenetze, Ausschreibungen offener Stellen auf Homepages von Unternehmen aber auch Stellenanzeigen in Online-Zeitungen, Online-Werbung von Headhuntern, Recherchen von Personalverantwortlichen in Web 2.0-Anwendungen, einschlägige Communities, Blogs, Foren, Twitterchannels mit arbeitsmarktrelevantem Inhalten – die digitalen und über das Internet verfügbaren Formen, in denen Arbeitsmarktkommunikation stattfindet, ergeben eine lange Liste. Die Liste der arbeitsmarktsoziologischen Einlassungen zum Thema Internet ist bis dato allerdings relativ kurz. Mediale Aspekte werden fast ausschließlich in ökonomischer Hinsicht aufgegriffen (vgl. Schröder 2012). Während die Verbreitung des Internet in der Soziologie insgesamt für erhebliches Interesse sorgt<sup>1</sup> und auch auf Wirtschaft bezogene Fragestellungen in dieser Hinsicht gestellt werden (vgl. Lamla 2010a, b; Reichert 2008), kommen arbeitsmarktsoziologische Forschungen und Perspektiven mit der These der Medialität ihres Gegenstandes bis dato kaum in Berührung.

Dies erstaunt in mehrfacher Hinsicht. So kann man zusammen mit vielen arbeitssoziologischen Autoren davon ausgehen, dass der Arbeitsmarkt eine oder vielleicht sogar die zentrale Instanz der Verteilung von Lebenschancen für die große Mehrzahl der in westlichen Gesellschaften lebenden Menschen darstellt (vgl. Bonß/Ludwig-Mayerhofer 2009). Der Arbeitsmarkt ist demnach einer der wichtigsten, möglicherweise sogar der wichtigste Generator sozialer Ungleichheit in zeitgenössischen, von kapitalistischen Strukturen geprägten Gesellschaften. Wenn sich dann gleichzeitig durch das Internet derart weitreichende Veränderungen in der medialen Verfassung der alltäglich stattfindenden Arbeitsmarktp Praxis einstellen, wie zuletzt vielleicht durch die folgenreiche Einführung des Arbeitsnachweises gegen Ende des 19. Jahrhunderts (vgl. Kap. 3.6), dann scheint die Frage angebracht, warum der Digitalisierung von Arbeitsmarktkommunikation keine größere Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Zum anderen verweist eine zunehmende Zahl soziologischer Theoriegebäude auf die basale Rolle von Verbreitungsmedien. Als eine prominente Vertreterin solcher Theorieansätze ist die soziologische Systemtheorie in der Tradition Niklas Luhmanns zu nennen. Verbreitungs-

---

<sup>1</sup> Ziemann formuliert sogar: „sociology goes media“ (Ziemann 2006: 5).

medien werden hier als genuin soziologischer Gegenstand konzipiert und als zentraler Moderator sozialen Wandels gesellschaftstheoretisch eingebunden (vgl. Luhmann 1997: 190-311). Aber auch andere konstruktivistische und poststrukturalistische Ansätze der multiparadigmatischen Disziplin Soziologie beschäftigen sich mit der Rolle von Verbreitungsmedien für den sozialen Wandel sowie deren Bedeutung für die soziale Konstruktion von Welt- und Selbstverhältnissen. Beispielsweise fällt mit diskursanalytischer Optik offensichtlich auf, dass Verbreitungsmedien nicht bloß Hintergrundmusik sind (vgl. Traue 2012, 2013). Auch hier wird davon ausgehen, dass ein Blick auf Verbreitungsmedien mehr als hilfreich für ein Verständnis sozialer Praxis und ihre diskursiven Produktion sein kann.

In den Debatten der Arbeitsmarktsoziologie ist die These der Medialität ihres Gegenstandes dagegen bisher kaum auf dem Tisch. Falls Verbreitungsmedien betrachtet werden, dann allenfalls in einer naiven Weise als Informations-, Rekrutierungs- oder Suchkanal. Ebenso wird das Thema Internet behandelt, nämlich zumeist nur auf der Folie des transaktionskostentheoretischen Argumentes, dass mit dem Internet geringere Informationskosten verbunden sind (vgl. Becher et al. 2005). Das Internet (sowie alle anderen Verbreitungsmedien auch) wird auf diese Weise lediglich als Schmiermittel eines ohnehin laufenden sozialen Mechanismus namens Markt gesehen. Verbreitungsmedien gelten als epiphänomenal. Das genau ist nicht die These eines Ansatzes, der Verbreitungsmedien soziologisch ernst nimmt. Hier wäre von der These auszugehen, dass Arbeitsmarkt *mit* Internet etwas substantiell anderes ist, als Arbeitsmarkt *ohne* Internet. Diese Perspektive ist bisher in arbeitsmarktsoziologischen Debatten kaum zu finden. Was auch immer der Hintergrund dieses Umstandes ist – im Gang der folgenden Argumentation wird auf bestimmte Theoriefestlegungen verwiesen –, scheint hier doch auf jeden Fall Nachholbedarf zu bestehen.

## **1.2 Verbreitungsmedien – mehr als Informationsüberträger**

An diesem Punkt setzen die nachstehenden Ausführungen an. Mit knappen Worten ausgedrückt ist das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Untersuchung also auf die Folgen der Etablierung des Internets für Arbeitsmarktkommunikation fokussiert. Es stellen sich folgende Fragen: Wandeln sich die sozialen Beziehungen, die mit der Chiffre Arbeitsmarkt aufgerufen sind, wenn sie an das Verbreitungsmedium Internet gekoppelt sind? Wie und in welchem Ausmaß? Werden das Verständnis vom Arbeitsmarkt und die damit verbundenen Deutungsmuster und kulturellen Konzepte verändert? Geht mit der Etablierung des Internets ein Wandel der Selbst- und Weltverhältnisse von Organisationen und individuellen Arbeitsmarktak-

teuren<sup>2</sup> einher? Um diese Fragen handhabbar zu machen, und ihnen einen angemessenen Zugschnitt zu verleihen, sollen die folgenden Ausführungen zunächst einen bestimmten Teilbereich von Arbeitsmarktp Praxis fokussieren. Im Zentrum der Untersuchungen soll der Einfluss von arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen auf Subjektivierungsweisen und auf die Erwerbsorientierungen abhängig beschäftigter Personen stehen. Anders formuliert bedeutet diese thematische Konkretisierung also, danach zu fragen, ob und wie sich die Verbreitung des Internets in der Arbeitsmarktkommunikation auf den Charakter subjektivierender Anrufungen und so auch auf Erwerbsorientierungen auswirkt.

Mit dieser Skizze des Erkenntnisinteresses der folgenden Argumentation sind dann auch die zentralen thematischen Bezüge festgelegt: Es geht wie oben bereits skizziert um das Internet in seiner soziologischen Dimension. Weniger die technologischen, rechtlichen, den Informatiker oder Praktiker in der Arbeitsvermittlung bewegenden Aspekte sollen in den Blick genommen werden. Und auch dem, von der Ökonomik begangenen Weg der Komplexitätsreduktion auf Kostenaspekte soll nur bedingt gefolgt werden. *Von Interesse ist die Frage, wie sich arbeitsmarktrelevante soziale Praxen verschieben und transformieren, wenn das Verbreitungsmedium Internet genutzt wird.*

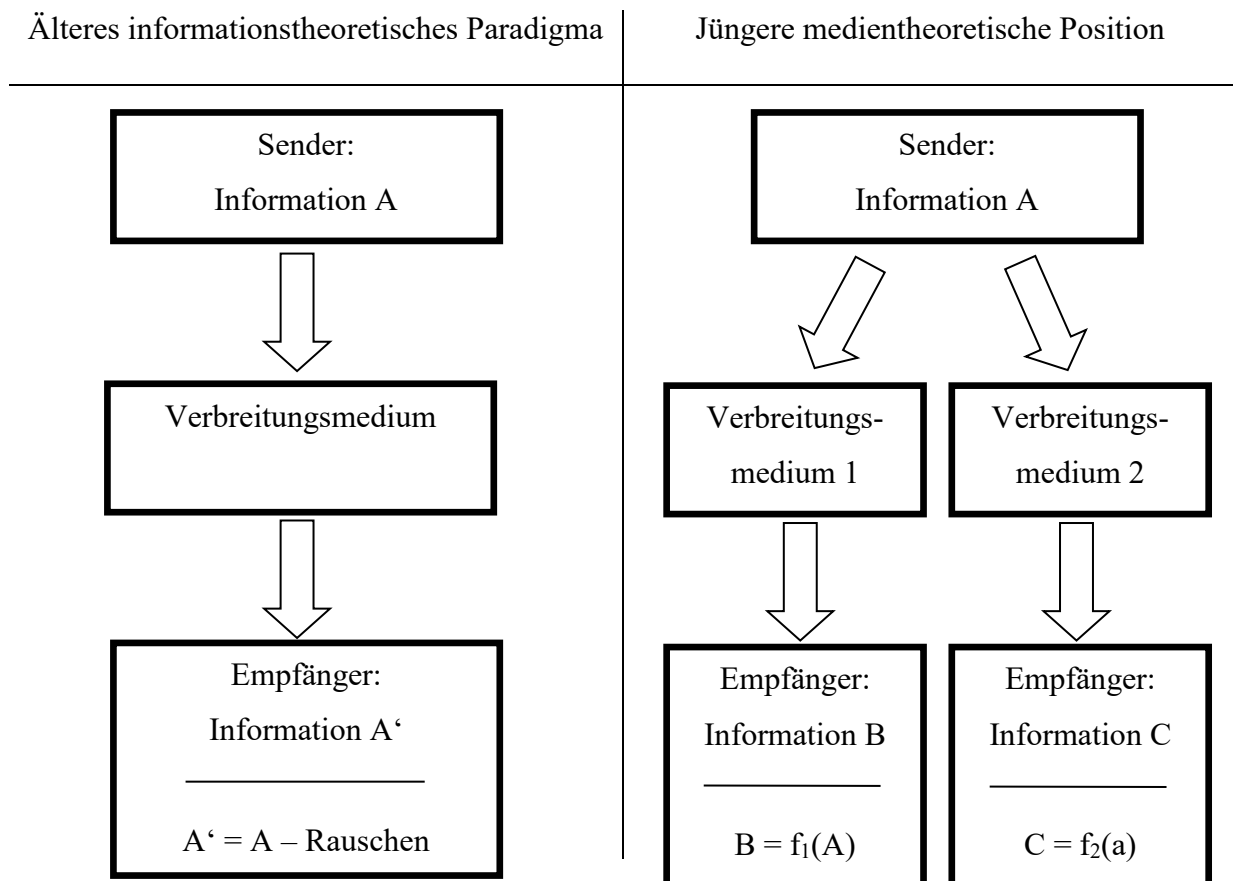
Diese Perspektive auf das Internet unterscheidet sich demnach an wenigstens einem entscheidenden Punkt von einem nicht-soziologischen wissenschaftlichen Zugriff (und vermutlich am selben Punkt vom Alltagsverständnis). Das Internet gilt einer genuin mediensoziologischen Perspektive nicht bloß als ein technisches Vehikel zum Transport von Informationen. Betrachtet man das Internet (das Telefon, das Buch etc.) in dieser Weise, dann unterstellt man, dass Informationen vielleicht ein wenig verzerrt und rauschend, hinsichtlich ihres Sinns aber unverändert von den Eigenschaften des Übertragungskanal vom Sender zum Empfänger laufen. Diese heute naiv anmutende Position wurde von älteren informationstheoretischen Ansätzen vertreten (vgl. paradigmatisch: Shannon/Weaver 1976) und ist auf der Folie jüngerer medientheoretischer Ansätze (vgl. McLuhan 1997; Krotz 2007) und auch konstruktivistisch-kommunikationstheoretischer Annahmen nicht mehr haltbar (vgl. Lyre 2002: 177-213). Etwa der Kommunikationsbegriff der Systemtheorie – bekanntlich wird Kommunikation hier

---

<sup>2</sup> Entgegen üblichen systemtheoretischen Gepflogenheiten wird im Folgenden der Begriff des Akteurs genutzt, obwohl die Argumentation überwiegend systemtheoretisch motiviert ist. Damit folgt die vorliegende Arbeit etwa Hutter/Teubner (1994), die auch systemtheoretisch von Akteuren, genauer: von Akteursfiktionen sprechen. Der Hintergrund ist erstens ein pragmatischer: Begriffliche Orthodoxie, die der Tendenz nach nur zu Verständigungsschwierigkeiten führt, kann so vermieden werden. Zweitens hält auch die Systemtheorie ein Konzept bereit, dass an wichtigen Punkten eine Schnittmenge mit dem Begriff des Akteurs hat. So ist der Begriff der Person (vgl. Luhmann 2000) an dieser Stelle einzutragen. Der theoretisch sehr weitreichende Unterschied – mit Person ist ein kommunikatives Artefakt, mit Akteur ein individueller handelnder Mensch gemeint (vgl. Nassehi 2003a) – ist für die entsprechenden Zusammenhänge vernachlässigbar und kann im Sinne einer anschlussfähigen Bezeichnung eines Gegenstandes nur hilfreich sein. Entsprechend wird auch mit anderen, üblicherweise handlungs- und akteurstheoretischen Begriffen verfahren.

als Dreieinheit aus Information, Mitteilung und Verstehen konzipiert – marginalisiert den Informationskanal nicht weiter, sondern weist ihm über den Begriff des Mitteilungsverhaltens eine konstitutive Bedeutung für sozialen Sinn zu. Abbildung 1 stellt die beiden Konzepte gegenüber.

**Abbildung 1: Die Rolle von Verbreitungsmedien**



Quelle: Eigene Darstellung.

Während im Kontext älterer informationstheoretischer Ansätze der Empfänger eine mehr oder weniger gute Kopie der Information des Senders erhält, modifizieren aus der Sicht neuerer medientheoretischer Ansätze Verbreitungsmedien die fraglichen Informationen insgesamt. Die Metapher einer Übertragung trägt hier nicht mehr, es findet kein Transfer irgendeiner Qualität statt. Je nach theoretischem Hintergrund wird die Information gegenüber dem Verbreitungsmedium nachrangig, oder Information wird zum Anlass eines verbreitungsmedial konditionierten Verstehens<sup>3</sup>. Weitere Ansätze, zwischen denen jeweils wiederum große Diffe-

<sup>3</sup> Der einschlägige, zur Parole kondensierte Buchtitel McLuhan's und Fiore's lautet: „Das Medium ist die Botschaft.“ (McLuhan/Fiore 2012). Bei Luhmann heißt es in ähnlich pointierter Form: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann 2009).

renzen bestehen, ließen sich ergänzen. Der gemeinsame Punkt neuerer verbreitungsmedientheoretischer Ansätze ist aber, dass Verbreitungsmedien nicht bloß Kopierverluste verursachen, sondern den sozialen Sinn einer Information in eine jeweils typische Richtung lenken. Das gilt für das Internet, wie für alle anderen Verbreitungsmedien auch: einer Information wird je Verbreitungsmedium ein sozialer Sinn in einer bestimmten, typischen Richtung verliehen. Es etablieren sich je eigene Muster der Kommunikation und sozialer Praxis.

Übersetzt auf den Gegenstand Arbeitsmarkt lautet die These also, dass Arbeitsmarktkommunikation im Internet Kommunikation eines eigenen Typs ist und sich von Kommunikationen über andere Verbreitungsmedien deutlich unterscheidet. Im Internet werden bezogen auf den Handel mit der ‚Ware Arbeitskraft‘ andere Subjektivierungs-, Handlungs- und Selbstbeobachtungsformen, andere Deutungen und Konzepte des Arbeitsmarktes kommuniziert, als in Zeitungsannoncen, im persönlichen Kontakt oder in der Amtsstube eines Mitarbeiters der Agentur für Arbeit. Gleiches gilt für Erwerbsorientierungen. Das Internet ist ein eigenes Kraftfeld für den Arbeitsmarkt, oder genauer gesagt: es erzeugt eine eigene Variante von subjektivierenden Anrufungen und Erwerbsorientierungen.

Mit Rücksicht auf das skizzierte verbreitungsmediale Interesse geht es also um Formen sozialer Praxis, die unter dem Begriff Arbeitsmarkt beobachtet werden. Dabei zählen Theorien und empirische Forschungen zu Arbeit und Arbeitsmarkt zum Kernbestand der Soziologie und beschäftigen die soziologische Debatte seit ihrer Erfindung. Das Thema Arbeit – und damit wenigstens implizit auch das Thema Arbeitsmarkt – stellt einen und vielleicht den großen Schwerpunkt der soziologischen Debatte dar. Entsprechend vielgestaltig sind die einzelnen Ansätze und Positionen. Um an die existierende arbeitsmarktsoziologische Forschung anschließen zu können, und die im Zentrum stehenden, mediensoziologisch motivierten Fragen zu Subjektivierung und Erwerbsorientierungen überhaupt adäquat stellen zu können, sollen im Folgenden aus der Draufsicht einige Erkenntnisse und Zeitdiagnosen entsprechender Forschungen aufgerufen werden.

### **1.3 Arbeitsmarkt zwischen Umbruch und Kontinuität**

Nicht nur auf dem Gebiet der Kommunikationstechnologien und Verbreitungsmedien ist viel in Bewegung. Auch tradierte Arbeitsmarktstrukturen stehen offenbar seit einiger Zeit unter Druck. So verweisen verschiedene am Arbeitsmarkt interessierte Zeitdiagnosen auf teils weitreichende Verschiebungen im ehemals fordistisch formatierten Beschäftigungssystem.

Gemeinsamer Referenzpunkt vieler Ansätze war und ist dabei die Auseinandersetzung mit der These der „Erosion des Normalarbeitsverhältnisses“ (vgl. Mückenberger 1985, 1990; Dombos 1999; Pierenkemper 2008). Unter einem Normalarbeitsverhältnis verstehen die betreffenden Ansätze ein Beschäftigungsverhältnis, das zuvorderst durch Langfristigkeit gekennzeichnet ist. Beschäftigte in einem Normalarbeitsverhältnis besetzen dauerhaft eine Position in einer Erwerbsorganisation und schließen damit überbetriebliche Wechsel aus. Auf dieses Merkmal der Langfristigkeit waren zur Hochzeit des Normalarbeitsverhältnisses eine Vielzahl an Institutionen etwa im Bereich des Sozialversicherungssystems, des Tarifsystems, des Bildungssystems, des Arbeitsrechts etc. pp. abgestimmt. Entsprechende Folgen für Subjektivität und Erwerbsorientierungen waren (und sind) ein hohes Maß an Loyalität gegenüber dem Betrieb, eine an Standardisierung, Disziplin und pflichtbewusster Erfüllung definierter Aufgaben orientierte Arbeitsorganisation sowie die Assoziation eines Arbeitsmarktengagements im Sinne überbetrieblicher Wechsel mit Risiko und drohendem Unbill aller Art. Grundlage des psychologischen Vertrages (vgl. Wehling 2013; Raeder/Grote 2012) im Kontext des Normalarbeitsverhältnisses ist die institutionalisierte Gewissheit, dass Beschäftigte und Beschäftiger einen bestimmten Tausch eingehen. Getauscht wird die betriebliche Garantie langfristiger Sicherheit und stetigen Einkommens gegen eine loyale und folgsame Verausgabung der gekauften Arbeitskraft in klaren zeitlichen und räumlichen Grenzen.

In der arbeits(markt)soziologischen Debatte um das Normalarbeitsverhältnis ist der neuralgische Punkt die Frage nach dessen Erosionserscheinungen. So gehen viele Beobachter davon aus, dass die Phase der Dominanz des Normalarbeitsverhältnisses im deutschen Beschäftigungssystem nur von relativ kurzer Dauer war und zusammen mit dem Abklingen einer Phase starken Wirtschaftswachstums in den 1960er und 70er Jahren und des Bedeutungsverlustes des fordistischen Produktionssystems zusehends unwichtiger wird. Der Gegenstand der Debatten um diese Beobachtung ist anders gesagt die Annahme, dass nach dem Ende eines „kurze[n] Traum[es] immerwährender Prosperität“ (Lutz 1989) das für alle Beteiligten das bis dato dominante Modell einer dauerhaft existenzsichernden, langfristigen, Arbeit und Leben getrennt haltenden Vollzeitbeschäftigung an Bedeutung verliert.

Während aber die bloße Feststellung eines Wandels von Arbeitsmarktstrukturen in der soziologischen Debatte noch konsensfähig scheint, ist es die Einschätzung der Reichweite dieser Entwicklung sowie ihre Interpretation und erst recht ihre Bewertung nicht. So lassen sich (mindestens) zwei dominante Typen des Zugangs zu Wandeltendenzen am Arbeitsmarkt ausmachen. Auf der einen Seite wird die Identität aktueller und tradierter Muster im Beschäftigungssystem betont, auf der anderen Seite die Einschätzung eines verschärften Umbruchs

stark gemacht. Die Identitätsdiagnostik sieht dabei auch Wandeltendenzen, behauptet aber einen Fortbestand des Bauprinzips älterer Muster. Oft auf der Basis statistischer Analysen wird hierbei argumentiert, dass Konstellationen im Sinne des Normalarbeitsverhältnisses relativ zu anderen seltener geworden seien. Langfristige Arrangements würden aber durchaus auch weiterhin nicht unbedeutend sein. Andererseits seien von Flexibilität gekennzeichnete Konstellationen ebenso wie jeher auch zukünftig in bestimmten Kontexten anzutreffend. Die Situation am Arbeitsmarkt sei also nur mit Blick auf die Kontinuität ihres Gestaltprinzips angemessen zu thematisieren (vgl. Erlinghagen 2004; Blossfeld 2006; Bosch et al. 2007; Baethge et al. 2005; Köhler/Loudovici 2008).

Die Umbruchdiagnostik von Arbeitsmarktentwicklungen erkennt am selben Gegenstand hingegen vordergründig umfassende De- und Restrukturierungen. Dieser Typ soziologischer Arbeitsmarktbeobachtung ist häufig in weitreichende Ansätze eingebunden, die theoretisch ambitioniert zum Teil sehr pointierte Gesellschafts- und Gegenwartsdiagnosen postulieren. Beispielsweise wird das Ende der Arbeitsgesellschaft (vgl. Offe 1984) vermutet oder Tendenzen zu einer Risiko- (vgl. Beck 1984), einer Multioptions- (vgl. Gross 1994) oder einer Erlebnisgesellschaft (vgl. Schulze 1995) sehen. In jüngerer Zeit setzen Konzepte der Entstehung einer projektbasierten Polis (vgl. Boltanski/Chiapello 2006), die These der umfassenden Ausweitung von Unsicherheit und Prekarität (vgl. Dörre 2005) oder die Diagnose eines, in der Logik umfassender Beschleunigung gefangenen kapitalistischen Gesellschaftssystems (vgl. Rosa 2005) diese Tradition fort. Jeweils bezieht die Umbruchdiagnostik aus diesen häufig gesellschaftstheoretisch abgeleiteten Positionen starke Argumente für grundlegende Brüche in der Gestalt der Arbeitswelt und des Arbeitsmarktes.

## **1.4 Arbeitsmarktsegmentation und Systemtheorie**

Differenzierte Perspektiven auf die zeitgenössischen Entwicklungen am Arbeitsmarkt können aber weder an die zu Stilisierungen neigende Umbruchdiagnostik noch an die häufig monokular verfasste Identitätsdiagnostik bruchlos anschließen. Etwa Analysen mit segmentationstheoretischem Hintergrund kommen zu dem Schluss, dass unter dem Strich wenig „für eine Generalisierung von Arbeitsmarktrisiken noch für feststehende Arbeitsmarktsplaltungen“ spricht (Köhler/Krause 2010: 404). Aus der Sicht eines Segmentationsansatzes verfehlen beide der genannten Typen von Diagnosen den Kern zeitgenössischer Entwicklungen am Arbeitsmarkt: die instabile Koexistenz verschiedener Teilarbeitsmärkte.

Den Segmentationsansatz leitet der Gedanke, dass ein differenziertes, Heterogenitäten erfassendes Bild des Arbeitsmarktes am besten geeignet ist, um die aktuellen Entwicklungen am Arbeitsmarkt zu beschreiben und zu verstehen. Kern dieses strukturtheoretischen Zugangs ist die Beobachtung, dass am Arbeitsmarkt Differenzierungsprozesse stattfinden, die zur Herausbildung von distinkten Arbeitsmarktsegmenten führen. Diese Segmente lassen sich dabei konzeptuell auf einer Matrix entlang von zwei Dimensionen fassen. Auf einer horizontalen Achse wird eine zeitliche Differenz gesehen. Indikator für diese Differenz sind typische Verweildauern in Gruppen von betrieblichen Positionen. Verbleiben Beschäftigte in der Regel langfristig auf einer Position, wird von einer strukturierenden Wirkung der jeweiligen betrieblichen Organisation ausgegangen. Werden Positionen in den betreffenden betrieblichen Beschäftigungssystemen hingegen kurzfristig besetzt, dann steht der Zugang zum Arbeitsmarkt unter den Vorzeichen des überbetrieblichen Marktes. Hier strukturieren in größerem Umfang Gegebenheiten des externen Arbeitsmarktes.

In einer zweiten vertikalen Dimension unterscheidet der segmentationstheoretische schließlich zwischen guten und schlechten bzw. primären und sekundären Segmenten, die durch hohe respektive niedrige Einkommen charakterisiert sind. Jedes der vier entstandenen Felder steht dann idealtypisch für Segmente, in denen je spezifische Regeln der Allokation, Qualifikation und Gratifikation etabliert sind (vgl. Köhler/Krause 2010: 393ff.).

Forschungsstrategisch ertragreich ist diese strukturtheoretische Perspektive, weil sie die Unterschiedlichkeit der Arbeitsmarktzugänge verschiedener Akteure in den Blick nehmen kann. So lässt sich segmentationstheoretisch sehr belastbar zeigen, auf welch unterschiedliche Weisen Arbeitsmarktakteure sich auf den Arbeitsmarkt beziehen. Ein zentraler Punkt der Kritik aus der Richtung des Segmentationsansatzes lautet dann wie schon angedeutet, dass die empirische Wirklichkeit einer „dynamischen“ Spaltung des Arbeitsmarktes in verschiedene Teilbereiche mit zum Teil sehr verschiedenen Bauprinzipien und Funktionsweisen verkannt werde. So sei es empirisch und auch theoretisch-konzeptionell schlicht unzulässig, die Unterschiedlichkeit verschiedener Segmente und Teilarbeitsmärkte zu unterschlagen.

Anders formuliert geht es der Kritik von segmentationstheoretischen Positionen darum, darauf hinzuweisen, dass der Link zwischen makrostrukturellen Diagnosen und Beobachtungen des Arbeitsmarktengagements von betrieblichen sowie individuellen Akteuren häufig theoretisch unterbestimmt und auch empirisch schwer zu finden ist. Viele der genannten Zeitdiagnosen hätten etwa Probleme zu erklären, warum es gleichzeitig und nicht selten sogar im selben Betrieb Bereiche gibt, in denen Langfristlösungen dominieren, und andere, in denen flexible Beschäftigungsformen praktiziert werden – obwohl ja überall der selbe makrostrukturel-



le „Impuls“ anliegt (vgl. Köhler/Krause 2010: 393ff.). Jeweils finden sich – und das ist die Beobachtung, die der Segmentationsansatz überzeugend belegen kann – pro Teilarbeitsmarkt sehr verschiedene Antworten auf die makrostrukturellen Herausforderungen. Tendenzen in nur in Richtung sind wenige zu finden.

In der Erklärung und theoretischen Interpretation der Beobachtung eines von Spaltungen und Segmentationslinien gekennzeichneten Arbeitsmarktes können segmentationstheoretische Angebote mit ökonomischen Hintergrund der Komplexität ihrer eigenen empirischen Beobachtungen und analytischen Kategorien dann aber an bestimmten Punkten auch nicht ganz gerecht werden. Das zentrale Problem ist, dass Komplexitätsreduktionen der Ökonomik eingekauft werden, die den Blick in folgender Weise einengen:

So gehen neo-institutionenökonomische Ansätze davon aus, dass Arbeitsmarktstrukturen im Grunde ausschließlich – und nicht nur zum Teil – durch ökonomische Prozesse zu erklären sind. Anders formuliert lautet die Annahme, dass es am Arbeitsmarkt zunächst darum geht, ökonomische Bezugsprobleme zu lösen. Als Bezugsprobleme auf betrieblicher Seite werden die Verfügbarkeit ausreichend qualifizierten Personals und die Sicherstellung dessen Leistungsfähigkeit bestimmt. Als Bezugsprobleme der Beschäftigten gelten ein mindestens existenzsicherndes Einkommen und daher die Sicherheit der Mitgliedschaft in einer Organisation, die es ermöglicht, an dieses Erwerbseinkommen zu gelangen (vgl. ebd.). Auf dem Fundament dieser Konzeption wird dann davon ausgegangen, dass Beschäftigungssysteme im internen Segment (zu denen Normalarbeitsverhältnisse zählen) die theoretisch wahrscheinlichste Lösung darstellen. Interne Arbeitsmärkte und Beschäftigungsformen, die dem Normalarbeitsverhältnis ähneln, seien in vielen Fällen die „natürliche“ Lösung. Betriebe könnten auf diese Weise am besten langfristig die Verfügbarkeit angemessen (und häufig betriebsspezifisch) qualifizierten Personals sicherstellen. Beschäftigte könnten hier mit umfänglichen Sicherheitsgarantien rechnen.

Das Problem für diese segmentationstheoretische Perspektive in der skizzierten institutionenökonomischen Variante ergibt sich dann aber aus folgendem Einwand. Die segmentationstheoretisch orientierte Forschung liefert dabei selbst den Impuls für diesen Einwand. So gelten berufsfachlich regulierte Teilarbeitsmärkte als für alle Akteure gelungenes Modell eines externen flexiblen Teilarbeitsmarktes, mithin sogar als ihre sozialpolitisch wünschenswerte Version. Etwa am Beispiel des Arbeitsmarktes von Handwerksmeistern, Architekten oder Ärzten wird gezeigt, wie bestimmte Institutionen in der Umwelt des Arbeitsmarktes (Kammern, Gesetze usw.) den Bestand und die Funktionalität des betreffenden Teilarbeitsmarktes garantieren. Kurz- und mittelfristige Anstellungen sind hier der positiv konnotierte Regelfall.

Die institutionenökonomisch begründete Annahme einer Vordringlichkeit von Langfristlösungen läuft hier ins Leere.

Aber auch für Bereiche mit langfristigen Beschäftigungsformen lassen sich Fragen stellen. So scheint es zwar ökonomische Bedingungen langfristiger Personalbindungsstrategien im Sinne der Lösung der betrieblichen Bezugsprobleme zu geben, etwa relativ lange Innovationszyklen oder nur geringfügige Schwankungen des Auftragsvolumens. Kurz gesagt heißt das, dass die gebundene Arbeitskraft auch langfristig benötigt werden muss. Aber genauso scheint eine hierarchieaffine diskursive Formation und eine Kultur des Vertrauens in Organisationen ausschlaggebend für das Funktionieren dieses Modells zu sein – eine Kultur, der Pongratz beispielsweise attestiert, „aktives Angebotsverhalten von Beschäftigten“ sei in ökonomisch irrationaler Weise durch bestimmte Wertsetzungen unterdrückt und verunmöglicht. Würde man diese Kultur überwinden, so Pongratz, wären Engagements in internen Segmenten unwahrscheinlicher (vgl. Pongratz 2012).

Hintergrund der Erklärungsschwäche des institutionenökonomisch verankerten Segmentationsansatzes ist demnach, dass der Einfluss außerökonomischer Umwelt unzureichend in die Konzeption vom Arbeitsmarkt aufgenommen ist. Zugespitzt formuliert meint diese Position, dass hinter der empirischen Heterogenität von Beschäftigungsarrangements und Arbeitsmarktpraxen letztlich immer der Mechanismus von Angebot und Nachfrage und der Maßstab ökonomischer Effizienz wirken. Außerökonomische Institutionen, Diskurse, kulturelle Muster, individuelle Überzeugungen etc. könnten zwar zu Verzerrungen des reinen ökonomischen Prozesses führen, ihn aber keineswegs konterkarieren. Problematisch an dieser theoretischen Interpretation des segmentierten Arbeitsmarktes ist, dass sie dessen segmentierte Struktur im Grunde ebenso wenig ernst nimmt, wie die vom Segmentationsansatz selbst kritisierten Thesen einer Identitäts- oder Umbruchdiagnostik es auch machen. Segmentiert ist der Arbeitsmarkt hier nur an der Oberfläche, darunter läuft ein verselbstständigter ökonomischer Mechanismus und lenkt die Geschicke aller Arbeitsmarktakteure. Auch hier findet sich das Postulat einer einheitlichen strukturierenden Kraft, die gesellschaftsweit mit Impulsen versorgt.

Einer systemtheoretischen Perspektive auf den segmentierten Arbeitsmarkt würde es dagegen leichter fallen, mit der Beobachtung einer differenzierten Gestalt des Arbeitsmarktes theoretisch etwas anzufangen. Bekanntlich ist es ja geradezu das Credo auch der zeitdiagnostischen Abteilung der Systemtheorie, statt von Einheit von Differenz auszugehen. Die systemtheoretische Optik ist damit darauf justiert, ihren Gegenstand ohne die Vorannahme einer einheitlichen strukturierenden Kraft beobachten zu können. Für die moderne Gesellschaft (und mit Gesellschaft sind systemtheoretisch bei weitem nicht bloß makrostrukturelle Entitäten

adressiert) lautet dann die Beobachtung, dass ihre Einheit gerade in Differenz besteht. In diesem Sinne steht die zeitdiagnostisch gemeinte Formel der funktionalen Differenzierung für die Annahme, dass es mehr als eine gesellschaftliche Instanz gibt, die als strukturierendes Epizentrum für soziale Prozesse wie z.B. Arbeitsmarktpraxis in Frage kommt. Funktionale Differenzierung heißt, dass mehrere, prinzipiell gleichermaßen kraftvolle Zentren in der modernen Gesellschaft existieren und dass nicht immer im Vorhinein entschieden ist, welches als Kraftfeld für alltägliche soziale Praxis, für betriebliche Entscheidungen über Beschäftigungsformen und individuelle Arbeitsmarktengagements fungiert. Segmentationslinien am Arbeitsmarkt könnten dann von Fall zu Fall betrachtet werden und es müsste von Fall zu Fall entschieden werden, ob ökonomische oder andere Bezüge dominieren.<sup>4</sup> Mit dem Begriff der funktionalen Differenzierung – so die These dieser Arbeit – kann die segmentierte Arbeitsmarktstruktur angemessen in den Blick genommen werden.

Das Projekt, sich über Arbeitsmarktstrukturen und -prozesse mit systemtheoretischen Mitteln zu verständigen, steckt in den Kinderschuhen. Genuin arbeitsmarktsoziologisch wird aus systemtheoretischer Perspektive nur ausnahmsweise argumentiert (vgl. Tacke 2001; Hadamek 2008; Luhmann 1988). An verschiedenen Punkten sollen im Verlauf der folgenden Argumentationen hier einige Schritte unternommen werden. Ausgangsannahme ist, dass die Systemtheorie den Vorzug hat, als eine Kandidatin für die Rolle der ‚besseren Hälfte‘ der Analytik des Segmentationsansatzes in Frage zu kommen. Beide Ansätze gehen davon aus, dass die Variable Zeit die zentrale Bedeutung für den Arbeitsmarkt und die Rationalität von Arbeitsmarktakteuren hat. Weiterhin soll also davon ausgegangen werden, dass die Dimension der Dauer von Beschäftigungsverhältnissen eine entscheidende Rolle spielt. Teilarbeitsmärkte unterscheiden sich in ihrem Aufbau und ihrer Funktionsweise entlang der Frage, ob langfristige oder kurzfristige Lösungen gefunden werden. Hinsichtlich der zweiten Dimension, für die eine ökonomieaffin gebaute Segmentierungstheorie die Kategorie des Lohns reserviert, plädiert die Systemtheorie für eine Erweiterung.

Die Absicht, außerökonomische Einflüsse auf Arbeitsmarktkommunikation ernst zu nehmen, bedeutet dabei für den Segmentationsansatz demnach eine begrifflich-konzeptionelle Verschiebung. Die zweite, arbeitsmarktstrukturierende Dimension kann dann nicht mehr per se ausschließlich mit Bezug auf das Funktionssystem Wirtschaft definiert werden. Ob die vom Segmentationsansatz hier bisher genutzte Unterscheidung ‚überdurchschnittlicher

---

<sup>4</sup> Ein einfaches Beispiel für eine nicht-ökonomische Spaltungslinie am Arbeitsmarkt wäre entlang des Kriteriums Geschlecht zu beobachten. Zugespielt: Welches ökonomische Argument lässt sich dafür finden, dass der Arbeitsmarkt für Kindergartenerzieher nahezu komplett in weiblicher Hand ist? Zur geschlechtsbezogenen Dimension des Arbeitsmarktes vgl. Gottschall (2010).

Lohn/unterdurchschnittlicher Lohn‘ für einen Teilarbeitsmarkt die dominierende Rolle spielt, ist letztlich eine empirische Frage und im Einzelfall empirisch zu betreffen. Prinzipiell könnten aber aus systemtheoretischer Perspektive alle Funktionssysteme der modernen Gesellschaft hier eingetragen werden.

Beispielsweise mit Bezug auf das Funktionssystem Massenmedien<sup>5</sup> (vgl. Luhmann 2009) ließe sich wie folgt argumentieren: Für den Fall des Normalarbeitsverhältnisses könnte die These sein, dass in bestimmten Teilarbeitsmärkten eher massenmedial verbreitete Diskurse gewirkt haben, die zwischen den Eckpunkten Disziplin, organisatorische Loyalität und stark materiell geprägter Sicherheitsorientierung aufgespannt sind. Und für eine Zahl neuerer flexibler Teilarbeitsmärkte wäre entsprechend die These, dass der ebenso massenmedial verbreitete aber auch politisch durchgesetzte neoliberale Diskurs zu umfänglicher Selbstverantwortung, unternehmerischen Selbstverhältnissen und forcierter Orientierung an Konkurrenz Wirkung zeigt. Mit diesen Thesen wäre dann auch verbunden, nicht die ökonomische Leitunterscheidung ‚Zahlung/nicht-Zahlung‘ sondern die Leitunterscheidung des Systems der Massenmedien als dominierenden sozialen Bezugspunkt einzutragen. Arbeitsmarktstrukturierend wäre dann der Unterschied zwischen ‚hoher Neuigkeitswert/geringer Neuigkeitswert‘. Theoretische Erklärungen für den Bau und die Funktionsweise der betreffenden (und nur der betreffenden, keinesfalls aller) Teilarbeitsmärkte müssten dann mit Rücksicht auf die Eigenheiten des Funktionssystems Massenmedien formuliert werden.

Für die fragliche zweite Dimension der Segmentationsmatrix bedeutet dies ein zweistufiges Verfahren. Erstens ist festzustellen, welches Funktionssystem in der sozialen Praxis und den relevanten Entscheidungen der beteiligten Arbeitsmarktakteure dominiert, mit Legitimationen versorgt und Orientierung verschafft. Hier kommen prinzipiell alle Funktionssysteme in Frage und das heißt selbstverständlich auch das Funktionssystem Wirtschaft. Im Gegensatz zu einigen diskursanalytischen Beiträgen im marktsoziologischen Kontext ist es also aus systemtheoretischer Perspektive keineswegs vorentschieden, dass Arbeitsmärkte im Grunde zunächst immer als diskursiv produzierte Phänomene zu lesen sind (vgl. Diaz-Bone/Krell 2010; Mützel 2010). Der hier formulierte Vorschlag bestreitet keineswegs, dass es Teilarbeitsmärkte gibt, in denen der ökonomische Mechanismus dominiert. Er postuliert lediglich die theoretische Möglichkeit (!), dass auch die Leitunterscheidungen außerökonomischer Bereiche diesen Rang einnehmen können. Zweitens ist zu betrachten, wie sich die Leitunterscheidung des identifizierten Funktionssystems in Arbeitsmarktp Praxis ausdrücken. Die folgende Tabelle ver-

---

<sup>5</sup> Den Begriff der Massenmedien nutzt Luhmann zur Bezeichnung eines Funktionssystems, dass, wie alle anderen auch, aus rekursiv aufeinander verweisenden Kommunikationen besteht. Kategorial hat dieser Begriff also erst einmal nichts Verbreitungsmedien zu tun.

sucht diesen Gedanken für die Funktionssysteme Wirtschaft und Massenmedien zu visualisieren.

**Tabelle 1: Teilarbeitsmärkte und Funktionssysteme**

Dominanter Bezug \ Zeit		Langfristige Beschäftigungsformen	Kurz- und mittelfristige Beschäftigungsformen
Wirtschaft	Überdurchschnittlicher Lohn		Arbeitskraftunternehmer
	Unterdurchschnittlicher Lohn		Multijobber
Massenmedien	Neuerer (neoliberaler) Diskurs zum Arbeitsmarkt		Individualberufe im Kreativbereich
	Älterer (hierarchieaffiner) Diskurs zum Arbeitsmarkt	Interne Karriere im Industriebetrieb	
weiteres Funktionssystem ...		...	...
		...	...

Quelle: Eigene Darstellung.

Ziel dieser Darstellung ist (selbstverständlich) nicht, eine vollständige Topographie des Arbeitsmarktes abzubilden. Vielmehr geht es darum, die Idee eines systemtheoretisch angereicherten Segmentationsansatzes entlang einiger weniger Beispiele darzustellen. Die These lautet, dass in den Kommunikationen der Arbeitsmarktakteure bestimmter Teilarbeitsmärkte jeweils Bezüge auf ein bestimmtes Funktionssystem dominieren und dass dieses Funktionssystem nicht immer die Wirtschaft ist.

- Beispielsweise einige Beschäftigungen in Kreativbranchen verdanken ihre Attraktivität entsprechenden massenmedialen Inszenierungen und werden kurz- oder mittelfristig formatiert, weil Dauerhaftigkeit den hier vermittelten Überzeugungen grundsätzlich widerspricht.
- Das Muster interner Karrieren im Industriebetrieb verlangt ein kulturell codiertes und eben auch massenmedial stabilisiertes Vertrauen in den Eigenwert großer, hierarchisch strukturierter und an Disziplin ausgerichteter und vor allem dauerhaft existierender Organisationen.
- Die (empirisch recht seltenen) Teilarbeitsmärkte, in denen Arbeitskraftunternehmer anzutreffen sind, sind als kommunikative Artefakte hingegen überwiegend an Wirtschaftskommunikation orientiert. Hier geht es um die profitorientierte Nutzung subjektiven Strukturierungsvermögens und die Verwertung von Humankapitalinvestitionen. Nicht zufällig überwiegen hier kurze und mittelfristige Beschäftigungsformen, da Arbeitskraftunternehmer sich einer rasch wandelnden Umwelt flexibel anpassen.

- Die (Arbeitsmarkt)Welt von Minijobbern wird hingegen von der schieren Notwendigkeit dominiert, die Existenz über ein ausreichendes Einkommen sicherzustellen. Kurzfristigkeit ist hier vordringlich, weil Beschäftigter ökonomischen Druck ausüben können.<sup>6</sup>

Der Vorschlag, den systemtheoretischen Gedanken einer funktional differenzierten Gesellschaft mit dem Segmentationsansatz zusammen zu bringen, verkompliziert die Matrix des Segmentationsansatzes in seiner ökonomischen Variante. Dieser Nachteil ist aber vermutlich nicht auszuschalten, wenn man der empirischen Erkenntnis zunehmender Heterogenität der Formen zeitgenössischer Arbeitsmarktp Praxis zu ihrem Recht verhelfen will. Aus einer systemtheoretischen Perspektive ist jedenfalls darauf zu insistieren, den Einfluss außerökonomischer Kommunikation zu prüfen, und das begrifflich-konzeptionelle Gerüst darauf einzustellen.

## 1.5 Arbeitsmarktsegmentation und Verbreitungsmedien

Ein weiterer Grund, den Segmentationsansatz mit systemtheoretischen Konzepten theoretisch zu erden, besteht darin, auf diese Weise die oben unter dem Stichwort Medialität des Arbeitsmarktes skizzierte Bedeutung von Verbreitungsmedien ernst zu nehmen. Gerade in seiner institutionenökonomischen Variante ist der Segmentationsansatz hier zu unsensibel. Stellt man wie oben schon skizziert in Rechnung, dass aus ökonomischer Perspektive Verbreitungsmedien nur hinsichtlich ihrer Qualitäten als Vehikel für definierte Informationen in den Blick kommen und damit eine (weitere) voreilige Reduktion von Komplexität stattfindet, kann man auch hier einen Anlass sehen, den Segmentationsansatz systemtheoretisch aufzufüllen. Die These wäre, dass sich Teilarbeitsmärkte nicht zuletzt deshalb von anderen Teilarbeitsmärkten unterscheiden, weil in ihnen jeweils bestimmte Verbreitungsmedien dominieren<sup>7</sup> (vgl. Schröder 2012, 2013).

---

<sup>6</sup> Zwar gibt es hier Überschneidungen mit Diskursen zu persönlicher Ehre und dem Ideal, nicht vom ‚Sozialstaat‘ abhängig zu sein (sowie Überschneidungen generell für alle Teilarbeitsmärkte typisch sind). Dominant ist aber das Einkommensmotiv und die auf dieser Basis asymmetrisch zu Gunsten des Beschäftigten verteilte Macht. Da zudem entsprechende Tätigkeiten häufig ohne höhere Qualifikationen durchzuführen sind, und entsprechend auf eine „Reservearmee“ zurückgegriffen werden kann, sind hier Langfristlösungen eher Ballast für Beschäftigter – Kurzfrist bestimmt das Bild.

<sup>7</sup> Umbruchs- oder Identitätsdiagnostik könnte man zuvor noch einer mediensoziologisch motivierten Kritik unterziehen, die im Sinne einer Reflexion der soziologischen Beobachterposition verfährt. Versteht man das, was sich im forschenden Prozess als Arbeitsmarktdiagnostik artikuliert, selbst wieder als soziale Praxis, ließe sich auch hier im Sinne einer reflexiven Standortbestimmung die mediensoziologische Frage nach den Zusammenhängen zwischen einer sozialen Praxis und Verbreitungsmedien stellen. Das hieße, die benannten Diagnosen als arbeitssoziologische Praxis in den Blick zu nehmen, die nicht ohne bestimmte Verbreitungsmedien stattfinden. Auffällig ist dann, dass Identitätsdiagnosen überwiegend mit computergestützter (makro-)statistischer Arbeit assoziiert sind, Umbruchdiagnosen eher mit einem versierten Umgang mit Text. Dieser wissenschaftssoziologisch und epistemologisch interessierten Vermutung soll zugunsten der oben skizzierten Fragestellung hier

Beispielsweise wäre eine Behauptung, dass weltweit etablierte Teilarbeitsmärkte ohne moderne elektronische Kommunikationsmittel nicht existieren würden. Eine andere lautete, dass es Teilarbeitsmärkte, in denen persönliches Vertrauen eine übergeordnete Rolle spielt, ohne face-to-face Kommunikation nur sehr unwahrscheinlich geben würde. Etc. pp. Die institutionenökonomische Erklärung würde hier auf Informationskosten abstellen und behaupten, dass elektronische Verbreitungsmedien wie etwa das Internet diese Kosten senken, die Markttransparenz erhöhen und deshalb für mehr Markt am Markt sorgen (vgl. Becher et al. 2005). Dem steht empirisch entgegen, dass flexible Teilarbeitsmärkte (mit viel Markt am Markt) existieren, die fast ausschließlich auf die Eigenschaften von kostenintensiver face-to-face Kommunikation abgestimmt sind.<sup>8</sup> Theoretisch steht dem entgegen, dass Informationskosten als kommunikatives Artefakt der Gattung Fiktion angehören, die ex ante mit Legitimation versorgen und ex post nur tautologisch nachgewiesen werden können (Baecker 1999, S. 164 ff.). Im Verlauf dieser Arbeit wird dieses Argument aufgegriffen und vertieft.

Aus systemtheoretischer Sicht muss die Rolle von Verbreitungsmedien anders bestimmt werden. Verbreitungsmedien gelten aus dieser Perspektive als Selektionsfilter von Kommunikation, der diese in eine bestimmte Richtung lenkt oder anders gesagt einen typischen Horizont möglicher Anschlusskommunikationen aufspannt (vgl. Luhmann 1997, Sutter 2010, Ziemann 2011). Verbreitungsmedien motivieren jeweils Kommunikationen eines bestimmten Typs und unterdrücken andere systematisch. Sie sind systemtheoretisch also als Verstärker bestimmter Kommunikationen aufzufassen, sie formatieren Kommunikation.

Mit diesen Formulierungen ist auch schon angedeutet, dass Verbreitungsmedien nicht ein weiterer Kandidat für die Liste arbeitsmarktstrukturierender Funktionssysteme sind<sup>9</sup>, sondern einen anderen Stellenwert haben. Verbreitungsmedien können die vom jeweiligen Funktionssystem dominierte Kommunikation eines Teilarbeitsmarktes fördern (oder behindern). In diesem Sinne bedeutet die Frage nach der Rolle des Internets am Arbeitsmarkt eine Suche nach Wahlverwandtschaften zwischen einem bestimmten Verbreitungsmedium und der Funktionsweise eines Teilarbeitsmarktes (vgl. Schröder 2013). Keinesfalls ist diese Suche dann aber auf die ökonomische Facette der fraglichen Form von Arbeitsmarktpraxis eingeschränkt.

---

nicht im Detail nachgegangen werden. Der geäußerte Verdacht verweist aber erstens auch an dieser Stelle auf die Relevanz mediensoziologischer Fragestellungen. Zweitens begegnet uns hier ein mediensoziologischer Anlass für ein grundlegendes Misstrauen gegenüber einzelnen Positionen in der Debatte.

<sup>8</sup> Beispielsweise Apitzsch kommt für den Fall des Arbeitsmarktes für Filmschaffende zu diesem Schluss. Das betreffende Beschäftigungssystem ist dadurch charakterisiert, dass im persönlichen Kontakt überprüft wird (und werden kann), dass ‚die Chemie stimmt‘ – und dies für die projektförmig organisierte Allokation in diesem Arbeitsmarkt entscheidend ist (vgl. Apitzsch 2010).

<sup>9</sup> Abgesehen von allen inhaltlichen Argumenten würde die Idee, Funktionssysteme und Verbreitungsmedien in einer Liste aufzuzählen, für den systemtheoretischen Beobachter auch kategorial überhaupt keinen Sinn machen. Funktionssysteme gelten der Systemtheorie als rekursiv Kommunikationszusammenhänge, Verbreitungsmedien zwischen Information und Verstehen als ein Element eines kommunikativen Ereignisses.

Wenn Teilarbeitsmärkte beispielsweise von bestimmten Formen gesellschaftlicher Selbstbeschreibungen aus den Massenmedien dominiert werden, dann lautet die Frage, ob und wie das jeweilige Verbreitungsmedium hier verstärkend auftritt. Verbreitungsmedien sind ein ‚Formgeber‘ für Kommunikation. Die These dieser Arbeit ist demnach, dass das Internet die Kommunikation bestimmter Teilarbeitsmärkte in einer typischen Weise formt.

Mit Rücksicht auf die Ausgangsfragestellung kann es dann schlussendlich nicht darum gehen zu fragen, ob das Internet *den* Arbeitsmarkt in toto verändert und auf ganzer Breite für einen Umbruch sorgt. Ebenso wenig kann die These lauten, dass *der* Arbeitsmarkt weiterhin prinzipiell nach tradiertem Muster funktioniert und das Internet nur äußerlich für Verschiebungen sorgt. Weder Umbruchs- noch Identitätsdiagnostik können einem um Differenzierungen bemühten, systemtheoretischen angereicherten Segmentationsansatz entsprechen. *Die Frage muss lauten, in welcher spezifischen Weise, mit welcher Reichweite und in welchen Teilarbeitsmärkten das Internet als Formgeber für Arbeitsmarktkommunikation auftritt, welche verfügbaren kommunikativen Bezüge privilegiert und welche unterdrückt werden.*

## **1.6 Subjektivierung und Erwerbsorientierung**

Ein vorläufiges Fazit dieses Versuchs einer Skizze der soziologischen Diskussion zu den jüngeren Entwicklungen am Arbeitsmarkt könnte wie folgt lauten. Umbruchdiagnostik über-, Identitätsdiagnostik untertreibt. Mit Keller und Seifert könnte man sagen: „Angesichts dieser Entwicklung [des Arbeitsmarktes, d.A.] beschreibt die Formel ‚Pluralisierung bzw. Differenzierung der Erwerbsformen‘ die Veränderungen im Erwerbssystem trefflicher“ (Keller/Seifert 2007: 42). Dabei scheint die Tendenz eines Bedeutungsgewinns flexibler und externer Arbeitsmärkte wenngleich nicht in ihrer Reichweite, aber doch hinsichtlich ihrer Existenz relativ unbestritten. Flexible Beschäftigungsarrangements, die häufig mit sogenannten atypischen Vertragsformen wie Befristung, Zeitarbeit, freier Mitarbeit, Werksverträgen etc. einhergehen, werden wichtiger (Keller und Seifert gehen von einer Verdopplung im Zeitraum 1990 bis 2007 auf 37 Prozent aus, vgl. ebd.); dass Normalarbeitsverhältnis verliert, wenn auch nicht in absoluten Zahlen, so doch relativ an Gewicht.

Sowohl aus der der Perspektive eines ökonomisch angereicherten wie auch aus der Sicht eines systemtheoretisch verankerten Segmentationsansatzes bedeutet das relative Wachstum flexibler Teilarbeitsmärkte auch, dass Zeit im Arbeitsmarktgeschehen eine andere, wichtigere Rolle spielt. Unter flexiblen Vorzeichen kann Zeit zur entscheidenden Variable werden. Nicht mehr langfristige Perspektiven, sondern die Gestaltung definierter Phasen ist die zentrale An-



forderung an die Arbeitsmarktpaxis sowohl von Beschäftigern als auch von Beschäftigten. Insofern hier die Perspektive von Beschäftigten, deren Erwerbsorientierungen und die jeweils korrelierenden Subjektivierungsmuster im Vordergrund stehen sollen, wird im Folgenden der Fokus auf der sogenannten Individualperspektive und auf die darauf gerichteten Erklärungsansätzen liegen.

Ökonomikkompatible Segmentationsansätze übersetzen kurzfristige Beschäftigungsverhältnisse als riskante Form von Arbeitsmarktengagements. Die These dieser Linie ist, dass Beschäftigte sich grundsätzlich mit risikoaversen Präferenzen am Arbeitsmarkt bewegen und entsprechend in langfristigen Beschäftigungsverhältnissen Schutz vor Risiken suchen. Das Argument lautet, dass individuelle Planungssicherheit im Sinne der Garantie eines dauerhaft und ohne Unterbrechung verfügbaren Einkommens nur über eine langfristige Anstellung in einem Betrieb erreicht werden kann. Schutz vor Risiken bedeutet Bindung an einen Betrieb. Das Muster des oben schon thematisierten Normalarbeitsverhältnisses entspricht zu weiten Teilen dieser Beschäftigungsform. Innerbetriebliche Karrieren definieren aus dieser Perspektive den Möglichkeitsraum, überbetriebliche Wechsel sind die schlechterdings zu vermeidende Folge eines fehlgegangenen Versuchs, sich langfristig an einen Betrieb zu binden. Indem diese Sicht konzeptionell als ‚quasinatürliche‘ Präferenz von Erwerbspersonen eingeführt wird, kann diese Abteilung der Arbeitsmarktforschung allerdings abhängig Beschäftigte nur vereinfacht als machtmäßig unterlegene Verkäufer ihrer ‚Ware Arbeitskraft‘ im ökonomischen Kräftespiel verstehen. Jenseits von ‚Risikoaversion‘ und ‚Machtasymmetrien‘ verschwimmen die Beschäftigten und ihre Rolle im Unklaren. Segmentationstheorien dieses Typs sehen hier selbst weiteren Forschungsbedarf (vgl. Köhler/Krause 2010).

Eine andere Linie der Arbeitsmarktforschung geht davon aus, dass unter dem Vorzeichen eines globalisierten und flexiblen Kapitalismus das Muster der Bindung an nur einen Arbeitgeber an Bedeutung verliert. Namentlich die Forschung zum Arbeitskraftunternehmer ist in dieser Richtung orientiert. Die Autoren dieser These vermuten, dass sich forciert durch betriebliche Managementstrategien eine neue Form der ‚Ware Arbeitskraft‘ etabliert. Diese kennzeichne vor allem, dass Beschäftigte „nicht mehr primär ihr latentes Arbeitsvermögen verkaufen“, sondern „vorwiegend als Auftragnehmer für Arbeitsleistung handeln“ (Voß/Pongratz 1998: 131). Die daraus erwachsende Form des unternehmerischen Umgangs mit der eigenen Arbeitskraft impliziert dann auch, dass Betriebsbindung kaum noch attraktiv erscheint. Vielmehr würden verstetigte Engagements auf flexiblen Teilarbeitsmärkten, diskontinuierliche Erwerbsverläufe also, zu einem zentralen Baustein einer neuen Form der ‚Wa-

re Arbeitskraft‘ und so tendenziell zu einer wichtigen, vielleicht zur dominanten Subjektivierungsfigur.

Die Arbeitskraftunternehmerthese markiert einen zentralen Bezugspunkt in der arbeitssoziologischen Debatte um die Subjektivierung von Arbeit. Zahlreiche Forschungslinien nehmen diese Position zur Kenntnis und entwickeln parallele oder konkurrierende Deutungen der fokussierten Phänomene. Da die theoretisch gewonnene Hypothese eines neuen Typus der Vermarktung von Arbeitskraft empirisch auch von ihren Erfindern zumindest in ihrer quantitativen Dimension nicht wie vermutet belegt werden konnte, scheint dies auch angezeigt. Daran kann man die Frage anschließen, ob dies nicht als Beleg für die angesprochene Risikoaversionsthese zu werten ist. Betrachtet man die Erkenntnisse der Forschung zum Arbeitskraftunternehmer und zur Subjektivierung von Arbeit<sup>10</sup> (Überblick bei Langfeld 2009; Kleemann/Voß 2010), muss diese Frage verneint werden. Die Forschung zur Subjektivierung kann auf zahllose kleine und große Veränderungen verweisen. Im Ergebnis werden die Erkenntnisse zumeist zur Diagnose einer stärkeren Einbindung subjektiver Energien verdichtet. Fraglich bleibt aber, warum Beschäftigte, die von der Idee getragen sind, Unternehmer des eigenen Humankapitals zu sein, anders formuliert: das prognostizierte aktive Angebotsverhalten und ein starker Bezug auf flexible Arbeitsmärkte, nicht in erwarteter Weise aufzufinden sind. Insbesondere in der Dimension ökonomisierter Selbstvermarktung auf flexiblen Teilarbeitsmärkten deckt sich die Arbeitskraftunternehmerthese nicht mit empirischen Daten.

Mit Blick auf die beiden aufgeführten Ansätze kann man aus systemtheoretischer Perspektive erneut die Gefahren einer konzeptionellen Engführung auf Kategorien des Ökonomischen studieren. Während der insitutionenökonomischen Position ‚die Beschäftigten‘ letztlich nur als black box begegnen, an der das Label „Risikoaversion“ haftet, fokussiert die Arbeitskraftunternehmerthese ebenso einseitig auf die ökonomischen Aspekte einer Beschäftigtensubjektivität. Etwa die in diesem Zusammenhang diskutierte These einer für Arbeitskraftunternehmer typischen Entgrenzung von Arbeit und Leben ist konzeptionell von vornherein als Ausweitung der Arbeit auf das Leben ausgelegt. Die andere Richtung einer Ausweitung des Lebens auf den Bereich der Arbeit (was auch immer hier sinnvolle Indikatoren wären) ist der Bauart der Arbeitskraftunternehmerthese folgend nicht vorgesehen, und kann entsprechend weder theoretisch noch empirisch angemessen aufgearbeitet werden. Und auch die konzeptionelle Differenz zwischen (ökonomisch begründeter) Betriebsorientierung und aktiven Angebotsverhaltens, dass von Motiven wie Humankapitalinvestitionen und -rendite getragen ist, schließt die Möglichkeit einer nicht-ökonomisch zentrierten Erwerbsorientierung aus. Die

---

<sup>10</sup> Ein Überblick zur umfangreichen, die zeitgenössische Arbeitssoziologie teilweise dominierenden Subjektivierungsforschung findet sich bei Langfeld (2009) und Kleemann/Voß (2010).

Beobachtung einer Erwerbsorientierung, welche eine lebenslange Bindung an einen Betrieb nicht als Ideal integriert und Engagements in flexiblen Teilarbeitsmärkten als gleich- oder vorrangige Option antizipiert, wird auf diese Weise konzeptionell unterdrückt.

Einem systemtheoretischen Zugang zu diesem Thema bieten sich hier viele Einsatzpunkte, auf die im Gang der Argumentation in dieser Arbeit im Einzelnen eingegangen werden muss. An dieser Stelle sei nur darauf hingewiesen, dass auch die Frage nach Erwerbsorientierungen und Subjektivierungsformen mit Rücksicht auf die These funktionaler Differenzierung als Frage nach der praktischen Artikulation einer polyzentrischen Sozialstruktur behandelt werden muss. Formen der Vermarktung der ‚Ware Arbeitskraft‘ gelten einem systemtheoretischen Zugang als kommunikative Artefakte, risikoaverse Beschäftigte im Normalarbeitsverhältnis ebenso wie Arbeitskraftunternehmer sind in diesem Sinne kommunikativ konstruierte Weisen der Adressierung von Menschen (genauer: psychischen Systemen). Diese begrifflich-konzeptionelle Umstellung geschieht dabei nicht als theoretischer Selbstzweck, sondern ist hilfreich, um die sozialen Bezüge sichtbar zu machen, in die Arbeitsmarktp Praxis eingespannt ist. Wie oben schon dargestellt, kommen hier also auch außerökonomische soziale Bereiche in Betracht. Erwerbsorientierungen und Subjektivierungsformen können Irritationen einer Vielzahl sozialer Systeme verarbeiten – und es ist keineswegs festgelegt, dass ein als unternehmerisch zu deklarierender, profitorientierter Bezug der dominante ist.

Näher an einer systemtheoretischen Perspektive als die zitierten, auf ökonomische Kategorien festgelegte Ansätze sind diskursanalytische Forschungen wie etwa die gouvernementalitätstheoretischen Studien zum „Unternehmerischen Selbst“ (Bröckling 2007). Diskurse gelten diesen Ansätzen als sprachliche Regelsysteme und Praktiken, die historisch spezifisch, qua der in ihnen enthaltenen Konzepte die Konstruktionsleistungen von Akteuren ermöglichen und beschränken (vgl. Bublitz 2003; Keller 2007). Etwa Ulrich Bröckling unternimmt auf dieser begrifflichen Basis eine Analyse der neoliberalen Anrufung ökonomisierter Personen (vgl. Bröckling 2007). Kernelemente dieser Anrufung des ‚Unternehmerischen Selbst‘ sind eine Orientierung an Gewinnchancen, Innovativität, bezeichnenderweise eine Akzeptanz von Risiken und die selbst zu bewältigende Koordination von Produktion und Vermarktung.

Der für den hier zu verhandelnden Zusammenhang entscheidende Aspekt der Analysen Bröcklings ist dabei, dass es nicht um die Beschreibung von Merkmalen individueller Arbeitsmarktakteure oder einer Managementstrategie geht, wie sie aus einer ökonomikaffinen Perspektive zwangsläufig stattfinden muss. Mit Verweis auf den diskurstheoretischen Hintergrund wird betont, dass es um die Rekonstruktion von Leitmotiven des zeitgenössischen neoliberalen Diskurses als eines bestimmten Typus von „Regierungskunst“ handelt (vgl. ebd.: 7)

und dass es um die Herstellung von Subjektivität im Rahmen dieser Regierungskunst geht. Man kann diesen Zuschnitt des Erkenntnisinteresses kritisch als zu stark beschränkt qualifizieren und darauf beharren, dass ohne eine Beobachtung der empirischen Relevanz des analysierten Diskurses nichts gewonnen ist. In dieser Form des Zugangs liegt aber die Chance, die Anrufung des ‚Unternehmerischen Selbstes‘ prinzipiell sowohl als Projekt einer profitorientierten Organisation, als auch als massenmediales Leitbild, politische Wunschvorstellung, psychologisches Leitmotiv etc. pp. beobachten zu können. Und erst von hier aus kann man (und muss man über Bröcklings Studie hinausgehend) fragen, welchen Rang ein unternehmerisches Selbstbild in konkreten Arbeitsmarktkommunikationen einnimmt und wie sich diese Subjektivierungsform im Verhältnis zu anderen Formen in eine Erwerbsbiografie einschreibt. Kurz gesagt: Ohne Analyse des Diskurses, oder systemtheoretisch: der Semantik einer Kommunikation keine Analyse individueller Orientierung.

Diskurse sind in dieser Hinsicht historisch singuläre Formen gesellschaftlicher Selbstbeschreibungen, die in den verschiedenen sozialen Systemen verschiedene Irritationen auslösen – und die eben auch hinsichtlich der Arbeitsmarktpaxis abhängig beschäftigter Personen Wirkung zeigen können. Die These wäre dann, dass die zeitgenössische diskursive Formation und ihre Anrufungen des ‚Unternehmerischen Selbst‘ die Funktionsweise bestimmter Teilarbeitsmärkte verändern, indem sie die Arbeitsmarktkonstruktionen und Beschäftigungsorientierungen der betreffenden Personen modifizieren. Arbeitsmärkte werden hier mindestens als Chancenfeld mit emanzipativem Potential, oder gar im Sinne des aktiv anbietenden Arbeitskraftunternehmers als Arena zur Generierung von Profiten aus dem eigenen Humankapital konstruiert.

Dass hier ein geradliniger Prozess mit eindeutiger Richtung abläuft, ist aber aus den oben dargestellten differenzierungstheoretischen Gründen und auch vor dem Hintergrund der segmentierten Struktur des Arbeitsmarktes unwahrscheinlich. Nicht-neoliberale Diskurse werden in den betreffenden Teilarbeitsmärkten vermutlich auch weiterhin nach dem Muster von Risikoaversion und Machtasymmetrie subjektivieren. So könnte eine hierarchieaffine diskursive Formation und eine Kultur des Vertrauens in Organisationen ausschlaggebend für Subjektivierungsformen und Erwerbsorientierungen in Richtung von Normalarbeitsverhältnissen. Hans Pongratz als einer der beiden Autoren der Arbeitskraftunternehmerthese argumentiert in jüngerer Zeit selbst in diesem Sinne, indem er auf die Wirksamkeit sogenannter „kultureller Muster“ verweist und attestiert, dass „aktives Angebotsverhalten von Beschäftigten“ in ökonomisch irrationaler Weise durch bestimmte Wertsetzungen unterdrückt und verunmöglicht sei (vgl. Pongratz 2012).

Festzuhalten bleibt an dieser Stelle, dass aus einer systemtheoretischen Perspektive Subjektivierungsformen und Erwerbsorientierungen sich auch außerökonomischen Irritationen verdanken können. Je nach Teilarbeitsmärkten wäre zu betrachten, welche semantischen Formen und darin eingelassenen Selbst- und Weltverhältnisse sich durchsetzen und zu einer bestimmten Arbeitsmarktp Praxis kondensieren. Folgende Thesen ergeben sich: Klar ist, dass (ältere) semantische Formen, in denen Risikoaversion ein zentraler Punkt ist, eher mit Teilarbeitsmärkten assoziiert sind, in denen Langfristlösungen dominieren. Der Diskurs des ‚Unternehmerischen Selbst‘ hingegen wird, so er für Irritationen sorgen kann, eher Konstruktionsleistungen mit flexibler Ausrichtung und Kurzfristlösungen anstoßen. Die Rekonstruktion von Diskursen und Subjektivierungsformen ist beispielsweise von den Gouvernamentalitätsstudien adäquat unternommen worden. Zu prüfen bleibt, ob, wodurch und mit welcher Reichweite Diskurse als gesellschaftliche Selbstbeschreibungen, in die auch subjektivierende Semantiken eingelassen sind, zu Typen von Erwerbsorientierungen gerinnen, die mit bestimmten Teilarbeitsmärkten assoziiert sind. Aus systemtheoretischer Perspektive wäre aber zudem denkbar, dass nicht nur diskursive Figuren der dominante Konfigurator einer Teilarbeitsmarktstruktur sind, sondern diese Rolle vielleicht dem politischen System und so einer bestimmten Sozialgesetzgebung oder last not least dem Wirtschaftssystem zukommt, indem etwa bei geringer Nachfrage (z.B. Reservearmee) nachrangig ist, vor welchem diskursiven Hintergrund sich die Ereignisse abspielen. Dies ist dann auch der Punkt, an dem Systemtheorie potenter ist als diskursanalytische Ansätze: auch Subjektivierungsformen und Erwerbsorientierungen sind nicht losgelöst von der kommunikativen Konstruktion sozialer Praxis unter dem Vorzeichen funktionaler Differenzierung zu sehen.

## **1.7 Das Selbst im Internet: Thesen**

Systemtheoretische Zugänge sind auch und gerade im Kontext der arbeitssoziologischen Forschung zu Subjektivierung und Erwerbsorientierung eher exotischer Natur. Möglicherweise spielt hier das Missverständnis von der (angeblichen) Nachrangigkeit des individuellen Akteurs im systemtheoretischen Theoriegebäude eine wichtige Rolle. Nimmt man nur die eine, von Luhmann allerdings sehr betonte Hälfte des systemtheoretischen Denkgebäudes wahr – nämlich den Aspekt der operativen Geschlossenheit von Kommunikation –, ist dies auch nur verständlich. Grundsätzlich ist aber Umweltoffenheit (die sich nur auf der Grundlage von Geschlossenheit einstellen kann) die andere, mindestens genauso entscheidende Hälfte des systemtheoretischen Ansatzes. Ohne an dieser Stelle auf die theoretischen Hintergründe dieser

Konzeption eingehen zu können, ist jedoch auf eine sich daraus ergebende systemtheoretische Selbstverständlichkeit hinzuweisen: Ohne Kommunikationssysteme keine Menschen und umgekehrt: ohne Menschen keine Kommunikationssysteme. Beides bezeichnet operativ geschlossene Systeme, die auf Basis dieser Geschlossenheit Umwelt konstruieren können und die dann in einem evolutionären Prozess wechselseitig von existentieller Bedeutung füreinander geworden sind. Das gilt dann auch für eine systemtheoretische Perspektive auf den Arbeitsmarkt: Keine operativ geschlossene und auf dieser Basis umweltoffene Arbeitsmarktkommunikation ohne individuelle Akteure und vice versa.

Dies systemtheoretische Pointe ist aber: Wissen über die individuellen Akteure – ob psychologisches, politisches, wirtschaftssystemrelevantes oder aber natürlich auch soziologisches – ist nur über Kommunikation zu haben. Die Kommunikation ist der Beobachter. Alle Adressierungen von individuellen Akteuren als Personen sind Kommunikation; Erwerbsorientierungen und Subjektivierungstypen sind kommunikative Artefakte in einem historisch und sozialstrukturell spezifischen Kontext. Und auch zentrale Konzepte der Ökonomik wie von Knappheit konditionierte Bedürfnisse, rational geordnete und verfolgte Präferenzen und strategische Motive gelten einem sozialkonstruktivistischen Ansatz wie der Systemtheorie also als Kommunikationen, denn ein vorkommunikativer Zugang ist nicht denkbar. Selbst das Postulat der Existenz solcher individuellen Eigenschaften ist Kommunikation, kontextabhängig und alles andere als eine Selbstverständlichkeit. Selbst- und Weltbilder abhängig beschäftigter Erwerbspersonen sind ohne die sozialen Strukturen, semantischen Formen und Diskurse einer historischen Situation nicht erfassbar. Die auf das Individuum bezogene Komplexitätsreduktion der Ökonomik<sup>11</sup> spricht vor diesem Hintergrund weniger vom Individuum als vielmehr von sich selbst. Und auch risikoscheue ‚NormalarbeiterInnen‘ sind genau wie der aktiv sich anbietende Arbeitskraftunternehmer nichts als der Spross von historisch singulären kommunikativen Situationen.

Auch hinsichtlich der Frage nach der Rolle von Verbreitungsmedien für Erwerbsorientierungen und Subjektivierungsformen gilt es vor diesem Hintergrund, die Soziologisierungsbemühungen soziologischer Systemtheorie mitzugehen und die allzu sehr reduzierende Optik der Ökonomik kontingent zu setzen. Wenn die in Erwerbsorientierungen eingelassenen Selbst- und Weltverhältnisse in der Hauptsache durch Knappheitskommunikation geprägt sind (Arbeitskraftunternehmer), ist das ein Effekt des sozialen Ortes entsprechender Kommu-

---

<sup>11</sup> Traditionsreich ist hier der Begriff des homo oeconomicus, den eine Vielzahl wirtschaftswissenschaftlicher Ansätze aufgreift, und der im Kern individuelle Akteure als Nutzenmaximierer versteht. Für einen Überblick vgl. Franz (2004) sowie Kirchgässner (1991). Die soziologische Kritik des Konzepts ist umfangreich. Aus gouvernementalitätstheoretischer Perspektive vgl. Bröckling (2007) und Foucault (2006: 300-330), aus systemtheoretischer Perspektive vgl. Hutter/Teubner (1994).

nikationen, und nicht etwas, was zu einem allgemeinen Grundsatz hochgerechnet werden kann. Entsprechend ist auch der These der Ökonomik, dass der entscheidende Aspekt von Verbreitungsmedien letztlich deren Kostenstruktur ist, kritisch zu begegnen. Es kann soziale Orte – hier: die Kommunikation bestimmter Teilarbeitsmärkte – geben, in denen dies der Fall ist. Dies ist aber keineswegs vorausgesetzt. Wie dargestellt sind auch andere Bezüge denkbar. Mit diesen Ausgangsüberlegungen ist die theoretische Position der vorliegenden Arbeit bestimmt. Die zentrale theoretische These dieser Arbeit lautet, dass Verbreitungsmedien die Irritationsfähigkeit von Arbeitsmarktkommunikation beeinflussen und zwar dergestalt, dass Irritationen bestimmter sozialer Systeme verstärkt oder unterdrückt werden. In anderen Worten: In den je Teilarbeitsmarkt typischen Subjektivierungsformen und Erwerbsorientierungen dominieren Bezüge auf bestimmte Funktionssysteme und die Intensität und Form dieser Bezüge werden von Verbreitungsmedien moderiert. Verbreitungsmedien beeinflussen den Charakter von Erwerbsorientierungen, sie sind Formgeber für subjektivierende Arbeitsmarktkommunikation.

Die empirische These dieser Arbeit lautet, dass das Verbreitungsmedium Internet Kommunikationen selektiert, die das Selbst aufwerten. Indem dem arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen hochindividualisierte Anrufungen an Personen kommunikabel machen, d.h. jeder Einzelne angesprochen wird, wird der Fokus der Kommunikation weg von sozialen Institutionen und hin zum eigenen Selbst verschoben.

Insbesondere die Zurechnung eines Arbeitsmarktschicksals wird tendenziell an die Kommunikation des Selbst geknüpft. Die Kommunikation von Arbeitsmarktbelangen im Internet ist hoch individualisiert, spricht eine bestimmte Person an und suggeriert: Verantwortlich für einen Erwerbsverlauf und für Arbeitsmarkterfolge oder -scheitern ist man selbst. Der Betrieb als Sicherheitsgarant, der Sozialstaat als Netz, Gewerkschaften, Verbände, die weltwirtschaftliche Lage als Taktgeber für die Arbeitsmarktnachfrage etc. verlieren in den Erwerbsorientierungen und Arbeitsmarktkonstruktionen an Bedeutung zugunsten eines einzigen Zurechnungspunktes: des Selbstes. Soziale Institutionen und gegebene situative Parameter spielen weiter eine Rolle, aber nicht als determinierende gesellschaftliche Vorgaben, sondern als Anlass für eine Reaktion des Selbst. In diesem Sinne selbstverantwortlich sein heißt, dass der legitime Quell von Arbeitsmarktereignissen nur die eigenen Bemühungen sein können.

Offen und ebenso eine empirische Frage ist, ob dies notwendigerweise mit einer Ökonomisierung<sup>12</sup> einhergeht oder in Motivangebote anderer sozialer Systeme, Semantiken und Diskurse eingelagert ist. Denkbar wäre z.B., dass Engagements in flexibler Weise nicht durch un-

---

<sup>12</sup> Auch zum Konzept der Ökonomisierung existiert eine breite sozialwissenschaftliche. Für einen Einstieg siehe: Braun/Wolbring (2012), Nassehi (2012) sowie Schimank/Volkmann (2008).

ternehmerische Profitmotive sondern durch kommunikative Bezüge etwa zum Diskurs der Selbstverwirklichung moderiert werden. Diesbezüglich lautet die These, dass arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen der Tendenz nach zwar alle das Selbst ins Zentrum rücken, Bindungen an einen Betrieb ab- und so den Arbeitsmarkt aufwerten, aber dies nicht zwangsläufig mit einer Ökonomisierung verbunden sein muss. Eine internetinduzierte und dann diesmal auch von der Kostenstruktur arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen getragene Ökonomisierungstendenz wird sehr wahrscheinlich dort zu beobachten sein, wo ohnehin schon ökonomisierte Verhältnisse angelegt sind. Beispielsweise in Teilarbeitsmärkten, in denen schon traditionell das Modell des Freelancers zu Hause ist, werden durch Internetanwendungen, die den Arbeitsmarkt nach dem Maßstab von Profitpotenzialen ordnen, vermutlich noch stärker ökonomisierte Subjektivierungsformen kommuniziert werden. Insgesamt lautet die These also: Erstens stellt das Internet am Arbeitsmarkt das Selbst ins Zentrum und vermarktet in diesem Sinne, zweitens wird unter gegebenen Voraussetzungen zusätzlich einer Tendenz zur Ökonomisierung Vorschub geleistet.

## **1.8 Kapitelüberblick**

Im Zentrum des *zweiten Kapitels* steht der Versuch, den sozialwissenschaftlichen Forschungsstand zum Thema arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen wiederzugeben. Dabei wird sich herausstellen, dass der überwiegende Teil der Forschungen von Begriffen und Konzepten der Ökonomik geleitet sind – und damit wesentliche Aspekte der Nutzung und des formatierenden Einflusses des Internets nicht in den Blick bekommen. Die These lautet, dass das Internet auch am Arbeitsmarkt von einer spezifischen Kultur getragen wird, die hochgradig technikaffin und fortschrittsorientiert ist. Mehr als die tatsächlichen ökonomischen Vor- oder Nachteile ist es diese tendenziell euphorische Internetkultur, die das Bild prägt.

Das *dritte Kapitel* wird sich darum bemühen, die Relevanz der Frage nach Verbreitungsmedien für arbeits(markt)soziologische Forschung zu belegen. Dazu wird ein weiter Bogen ausgehend von Gesellschaften, in denen mündliche Kommunikation dominiert, bis heute gespannt. Ziel ist nicht eine konsistente historische Erzählung, sondern eine Sammlung von Belegen für die Notwendigkeit einer verbreitungsmediensoziologischen Perspektive auf Arbeit, die Zuordnung von Personen zu Arbeit und Arbeitsmärkten. Auch hier wird auf systemtheoretische Konzepte aufgebaut, etwa um der Gefahr zu begegnen, die Geschichte der Formen der Zuordnung von Personen zu Arbeit unter der Hand als Abfolge von Klassenkämpfen auszu-



geben und so eine, die Ökonomie dominant setzende gesellschaftstheoretische Position erkenntniseinschränkend wirksam werden zu lassen.

Das *vierte Kapitel* bemüht sich darum, die bis dahin nur angedeutete systemtheoretische Einordnung des Themas Arbeitsmarkt und Erwerbsorientierungen zu versuchen. Zentral wird hier der systemtheoretische Begriff der Beobachtung sein, der über einige Umwege vorgestellt und abschließend auf das Thema Arbeitsmarkt und Erwerbsorientierungen angewandt wird. Insofern mit dem Begriff der Beobachtung der kommunikative Prozess des Unterscheidens und Bezeichnens gemeint ist, kann dieser Terminus dann auch im Zusammenhang eines Konzept des Arbeitsmarktes angewendet werden, welches diesen als kommunikatives Konstrukt und genauer: als wirtschaftssysteminterne Umwelt versteht. Die daraus abzuleitenden Thesen lauten, dass sich die Erwerbsorientierungen von abhängig beschäftigten Personen hinsichtlich ihrer Konstruktion des Arbeitsmarktes, und beobachtungstheoretisch formuliert: hinsichtlich der Frage, wie der Arbeitsmarkt beobachtet wird, unterscheiden lassen. Verbreitungsmedien (wie das Internet) als Selektionsfilter von Kommunikation stellen auch hinsichtlich der Beobachtungsverhältnisse ein jeweils spezifisches Kraftfeld dar.

Das *fünfte Kapitel* versucht, die beobachtungstheoretisch gewonnen Erkenntnisse in Thesen für eine empirische Auseinandersetzung zu überführen. Die zentrale These lautet, dass arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen Beobachtungen zweiter Ordnung anstoßen, und das heißt: die Kommunikation von marktförmigen und selbstzentrierten Erwerbsorientierungen stiften. Dabei sind im Rahmen der entsprechenden Kommunikationen marktförmige von ökonomisierten Anrufungen zu unterscheiden. Wie auch die tiefer gehende Auswertung zweier qualitativer Interviews mit Nutzern arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen zeigt, können Jobbörsen und Co einen Schub in Richtung Vermarktlichung mit sich bringen, der nicht mit Ökonomisierung zu verwechseln ist. Die empirische Auseinandersetzung verweist insgesamt darauf, dass eine Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen Erwerbsorientierungen und darin eingelassene subjektivierende Anrufungen in Richtung von Beobachtungen zweiter Ordnung, anders formuliert: in Richtung Vermarktlichung und Selbstzentrierung lenkt.

## **2 Euphorie oder Ökonomie? Der Gegenstand arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen**

### **2.1 Die massenmediale Perspektive**

„Ist das Internet das bessere Arbeitsamt?“ – fragt in charakteristisch zugespitzter Form eine Autorin auf Bild-Online in der Überschrift (vgl. Franke 2010). Die Antwort bleibt sie erwartungsgemäß nicht schuldig. In aller Kürze und in der genretypischen Rhetorik der Eindeutigkeit wird im Folgenden konsequent behauptet, dass „das Internet (...) auch den Arbeitsmarkt revolutioniert“ hat. Wenngleich der Artikel nicht nennenswert mit Argumentation belastet, präsentiert sie „terminstress“- und „warteschlangen“-aversen LeserInnen erstens, auf welchen Internetplattformen sich zu engagieren sei. Zweitens lässt der Artikel in diesem Zusammenhang nicht unerwähnt, was man mit sich selbst noch machen soll, um solches Engagement mit Erfolg zu krönen. Um auf Xing, StepStone und Co auf der Sonnenseite zu stehen, sei nämlich ein entsprechender Zehn-Punkte-Plan zu befolgen. Dessen zehn Punkte variieren dann die zwei Imperative, einerseits den Arbeitsmarkt so umfänglich wie möglich zu beobachten und andererseits unbedingt selbst qua Weiterbildung, Lebenslaufoptimierung etc. aktiv zu werden. Das Internet sei schließlich ideal für alle, die „ihren Marktwert testen wollen“.

Auch Massenmedien, die ihre Leserschaft mittels einer seriöseren Fassade adressieren, scheuen sich nicht, das Thema in ähnlich plastischer Weise aufzugreifen. Textstilistisch satteftest im Start-up-Jargon handelt ein Artikel auf Zeit-Online von einem neuen Internetangebot, dass als eine neue Variante von social games die Hoffnung aller Spielernaturen bedient: beim Spielen das große Los zu ziehen (vgl. Mai 2011). Denn wer sich auf „flip-life“ engagiert, müsse realitätsnahe „Projekte“ in einer virtuellen Arbeitswelt bearbeiten, und dürfe bei Erfolg damit rechnen, dass sich reale Unternehmen mit realen Jobangeboten melden. Ob die „Macher“ ihr Versprechen, auf diese Weise ein Online-„Assessment-Center“ anzubieten, halten können, sei dahin gestellt.<sup>13</sup> Festzuhalten bleibt, dass auch dieser Artikel nicht mit Anrufungen in der Form des ‚Unternehmerischen Selbst‘ (vgl. Bröckling 2007) geizt und den Arbeitsmarkt als Feld spielerisch zu realisierender erwerbsbiografischer Chancen konstruiert. Damit ist auch dieser Artikel ein Stellvertreter unzähliger massenmedialen Meldungen, die arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen mit euphorischem Unterton als neuen und besseren Arbeitsmarktzugang konstruiert.

---

<sup>13</sup> Die Strategie, Online-Spiele als Rekrutierungskanal zu nutzen, scheint aber insgesamt wichtiger zu werden, ihren exotischen Charakter zu verlieren, und auch in der empirischen Forschung Beachtung zu finden (vgl. Lauener et al. 2012).

Abgesehen davon, dass man Bild-Online ebenso wenig wie Zeit-Online beim Wort nehmen muss, kann man doch insgesamt die Frage nach der Stichhaltigkeit der journalistisch aufbereiteten Information stellen. Ist die verlaubliche Euphorie begründet? Ist das Internet mit seinen vielen arbeitsmarktbezogenen Anwendungen tatsächlich der ‚bessere Weg‘, um sich am Arbeitsmarkt zu bewähren? Oder muss man hier differenzieren und wenn ja in welcher Weise? Oder sind am Ende die meisten oder gar alle arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen herkömmlichen Methoden der Jobsuche unterlegen? Kurz: Was bringen arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen in ökonomischer Hinsicht?

Im Sinne eines mediensoziologisch motivierten Umgangs mit diesen Fragen gilt es allerdings zwei Dinge zu beachten: Wie im Folgenden zu zeigen sein wird, ist der Zugang, der hinter diesem Typ Fragen steht, der Zugang der Ökonomik und ihres Theorems der Transaktionskosten (vgl. Williamson 1990, 1998). Auch die zitierten Zeitungsartikel sind einerseits popularisierte Formulierungen der Frage nach der Effizienz von Transaktionen. Andererseits ist das nicht die einzige Information, die auf massenmedialen Weg transportiert wird. Mindestens zwischen den Zeilen, oft auch explizit, geht es um kulturelle Zuschreibungen und Wertekommunikation, die in diesem Fall Jobbörsen und Co technoaffin und tendenziell euphorisch als Retter vor den Mühen und Schrecken herkömmlicher Arbeitsmarktkommunikation verkaufen. Um wie in der Einleitung gefordert das Theorem funktionaler Differenzierung ernst zu nehmen und das heißt auch: nicht auf ökonomische Kommunikation zu reduzieren, wird diese kulturelle Dimension im Folgenden in gleicher Weise Beachtung finden.

Vor diesem Hintergrund gilt es dann, den ökonomischen Forschungsstand zum Thema Internet und Arbeitsmarkt aufzugreifen, wichtige Erkenntnisse und offene Fragen aus dieser Richtung zu skizzieren und mit ‚Kulturfragen‘ zu konfrontieren. Die Schwierigkeit ist, dass es zum Thema arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen kaum einen dezidiert nicht ökonomisch fokussierenden Forschungsstand gibt, an den man anschließen könnte. Aus diesem Grund werden hier u.a. auch einige Eindrücke aus eigener Empirie eingeführt. Die These dazu lautet, dass es mindestens so sehr wie die Kommunikation über Effizienz eben euphorische Zuschreibungen sind, die die Nutzung des Internets am Arbeitsmarkt rahmen.

## 2.2 Interneteuphorie

Die ‚Kulturgeschichte‘<sup>14</sup> des Internets ist insgesamt eine Geschichte intensiver technoeuphorischer Überfrachtung.<sup>15</sup> Gerahmt von der emanzipatorisch gemeinten Metapher des Cyberspace oder aufgeladen mit ‚kalifornischer Ideologie‘ (Thiedeke 2010) wird zunächst eine die Physis übersteigende Revolution, die Überwindung des Körpers als ‚final frontier‘, im Internet gesehen. Selbst das Wort Euphorie ist für diese Phase, in der etwa die Gründerväter des Internetkonzerns Google zentrale Figuren sind, fast etwas zu blass, geht es doch nicht zuletzt darum, mit der Eroberung des ‚kybernetischen Sinnraums Internet‘ (ebd.: 53) die Menschheit von der Schwere materialer Gebundenheit zu befreien und in transzendente Sphären zu übersiedeln.

Zumindest in ihrer quasi-religiösen Dimension ist diese Bewegung im Verlauf der weiteren Entwicklungen ins Stocken geraten. Eine euphorische Grundstimmung bleibt der Internetkultur aber erhalten. Trotz des sogenannten Platzens der Dotcom-Blase im Jahr 2001 kommen immer neue Anwendungen und ständig neue NutzerInnen ins Spiel. Neben datenschutzrechtlichen Befürchtungen – Internetfirmen treten als ‚frienemys‘ auf: sie sind ‚gefährlich wie ein Feind, aber verhalten sich wie deine Freunde‘ (Bunz 2008: 6) – und kulturpessimistischen Bedenken aller Art dominieren weiterhin positiv bis euphorisch konnotierte Narrative den Diskurs der Internetkultur. So werden z.B. durch egalitäre Web 2.0-Communities basisdemokratische Hoffnungen bestärkt (vgl. Thiedeke 2010: 58; Bitkom 2013a).<sup>16</sup> Als Beispiel werden hier Facebook-Revolutionen wie in verschiedenen arabischen Staaten (vgl. Christensen 2011) genannt oder auf WikiLeaks verwiesen.

Auch quantitativ zeigt sich der starke Bedeutungszuwachs des Internets in der kurzen Zeit seit der massenhaften Etablierung der Technologie Mitte der 1990er Jahre. Die zentrale Zahl, auf die alle nennenswerten quantitativen Studien zur Nutzung des Internets<sup>17</sup> verweisen, ist,

---

<sup>14</sup> Die Technikgeschichte des Internets ist für den hier fraglichen Zusammenhang nachrangig. Siehe hierzu Classen et al. (2012). Mit Verbindung zu soziologischen Fragen: Castells (2005: 19-46).

<sup>15</sup> Auch für die Arbeitswelt wird schon frühzeitig von ‚vielfältigen Potentialen‘ des Internets ausgegangen und in entsprechend fortschrittsoptimistischer Rhetorik und in rhetorischer Nähe zum sozialpolitischen Aktivierungsdiskurs (vgl. Lessenich 2009a) von Vertretern der Internetwirtschaft politisiert (siehe etwa: van Haaren/Schwemmler 1997).

<sup>16</sup> Nur wenige Ansätze machen hier eine Ausnahme. Zu erwähnen ist hier etwa die Argumentation von Chaisson (2005), der Informationstechnologien als wirksame Instrumente zur Untergrabung der Machtpotentiale von Gewerkschaften sieht.

<sup>17</sup> Führend auf diesem Gebiet sind in Deutschland vier, teilweise regelmäßig wiederholte Studien: Die ministeriell geförderte Studie der Initiative D21 beforscht das Internetnutzungsverhalten nach basalen soziodemographischen Parametern wie Region, Geschlecht, Alter, Berufstätigkeit etc. (vgl. Initiative D21). Das Bundesamt für Statistik veröffentlicht unregelmäßig zu ausgewählten Themen im Kontext Internet (vgl. Statistisches Bundesamt 2009). Der Branchenverband Bitkom fokussiert auf das Nutzungsverhalten mit Schwerpunkt auf die Frage nach verwertungsrelevanten ökonomischen Entwicklungen (vgl. Bitkom 2013b). Die ARD/ZDF-

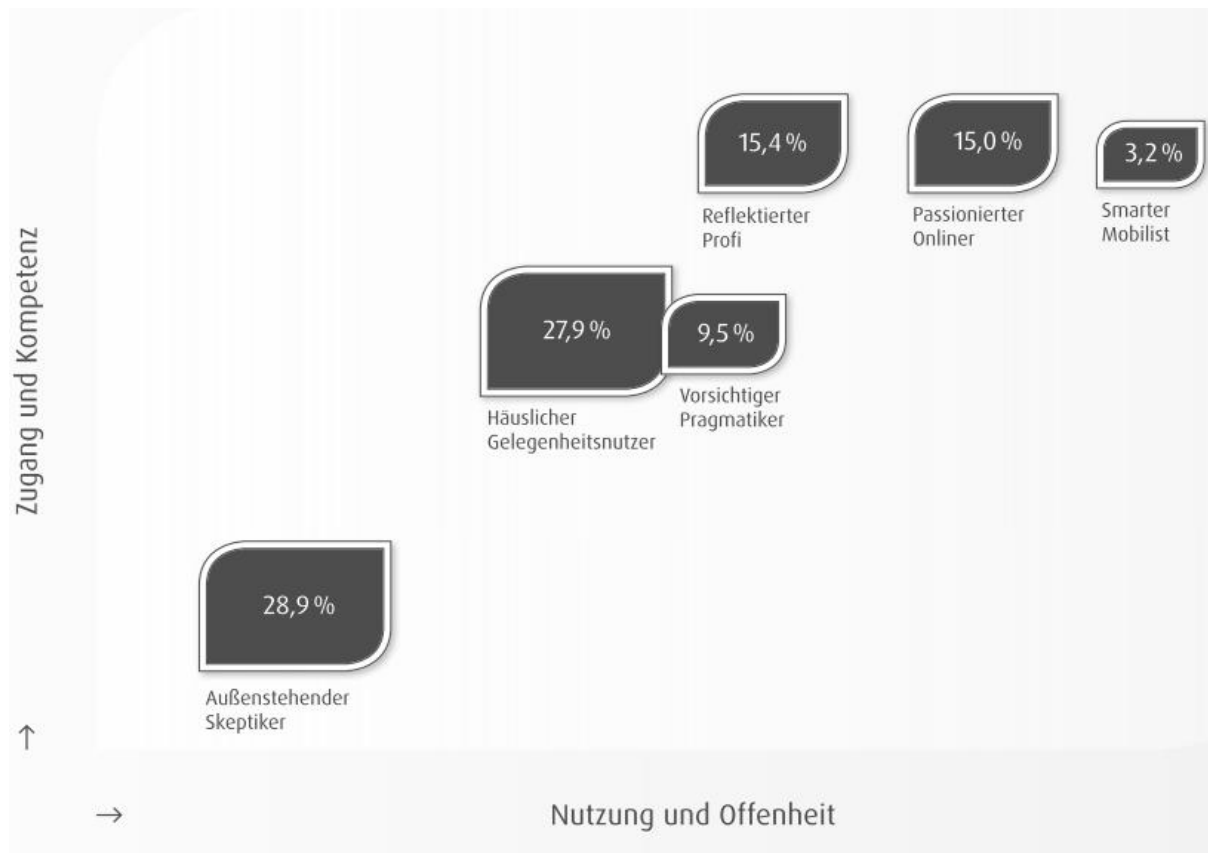
dass aktuell ca. drei Viertel der bundesdeutschen Bürger regelmäßig im Internet kommunizieren. Auch wenn diese Zahl als solche keine Aussage über Einstellungen zum und Wahrnehmungen des Internets zulässt, wird sie doch regelmäßig im Kontext tendenziell euphorischer Meldungen platziert. Oft durch entsprechend suggestive grafische Gestaltung untermauert, wird gestiegene Nutzung als wichtiger Erfolg und Indikator für (kapitalistisch gerichtete) Modernisierung vermeldet. Auch hier dominiert also eine durchweg internetaffine, ins euphorische reichende Einstellung. Im Vorwort zur Studie der Initiative D21 heißt es entsprechend: „Umso wichtiger ist es, dass möglichst viele Menschen mit den neuen Technologien umgehen können und die digitale Gesellschaft aktiv mitgestalten“ (Initiative D21 2013: 5). Der Vollständigkeit halber muss hier aber auch erwähnt sein, dass auch die aktuell an Bedeutung gewinnende wachstums- und kapitalismuskritische Debatte mit dem Internet überwiegend Hoffnungen und positiv konnotierte Vorstellungen verbindet, sich an diesem Punkt also wenig vom wirtschaftsliberalen Standpunkt unterscheidet. So wird das Internet gelegentlich als Bedingung der Möglichkeit für tauschwirtschaftliche Einrichtungen und als Kanal für eine kritische Öffentlichkeit thematisiert, insgesamt also durchweg ebenso positiv konnotiert.

Konsens ist auch, dass die Zahl der NutzerInnen bis heute steigt, wobei der Anstieg in den letzten Jahren an Schwung verloren hat. Instrukтив ist die NutzerInnen-Typologie der von Infratest durchgeführten Studie der Initiative D21 (2013). Hier wird auf der Basis von soziodemografischen Daten und Daten zur Nutzungsart eine segmentierte Struktur diagnostiziert (vgl. Abbildung 2).

---

Onlinestudie behandelt breitere Fragestellungen zum Nutzungsverhalten und richtet sich dann aber auch spezifisch auf das Medienverhalten von NutzerInnen im Vergleich zum Fernsehen (van Eimeren/Frees 2013).

**Abbildung 2: Typen der digitalen Gesellschaft im Überblick**



Quelle: Initiative D21 (2013: 47).

Interessant an dieser Typologie für die Frage nach dem Zusammenhang zwischen Internet und Arbeitsmarkt ist die Zusammensetzung dieser Typen. Während die „außenstehenden Skeptiker“ sich überwiegend aus der Gruppe über 60jähriger und damit auch aus dem Beschäftigungssystem und dem Arbeitsmarkt exkludierte NutzerInnen rekrutiert und auch die Gruppe der „häuslichen Gelegenheitsnutzer“ von Menschen ohne Beschäftigung dominiert ist, sind alle internetaffinen bis -euphorischen NutzerInnen in Gruppen mit hohem Beschäftigungsanteil. Kurz: die Internetelite besteht Menschen in Beschäftigung und also auch Menschen, die auf jeweils verschiedene Weise in Arbeitsmarktkommunikation eingebunden sind. Insofern hier offenbar eine große Schnittmenge sichtbar, wird die Frage nach der Relevanz des Gegenstand Internet und Arbeitsmarkt noch einmal durch ein quantitatives Indiz verstärkt.

Insgesamt scheint das Internet auch in der Arbeitswelt auf dem Vormarsch zu sein. Gegenüber den dazu kommunizierten statistischen Informationen gibt es aber (mindestens) einen systematischen Anlass, diese skeptisch zu rezipieren. Hintergrund sind insbesondere Schwierigkeiten bei der Bildung angemessener Indikatoren im Kontext äußerst heterogener Anwendungen und Nutzungsmuster. Im Sinne eines ersten Eindrucks sprechen die vorliegenden Stu-

dien aber dennoch für eine enge Verknüpfung von Internet und zeitgenössischer Beschäftigung. Beispielsweise nutzen laut ARD/ZDF-Onlinestudie 43 Prozent der NutzerInnen Onlineinhalte privat für Informationen zu Beruf bzw. Ausbildung (Media-Perspektiven 2013: 404). Damit gehören solche Inhalte neben Social Media (Foren, Facebook, Messenger- und Chatdienste) und Online-Nachrichten offenbar zu den attraktivsten Angeboten im Internet. Außerdem nutzen knapp zwei Drittel der Erwerbstätigen Rechentechnik (PC, Smartphone, Tablet, Cloud Computing) mit Internetzugang (vgl. Bitkom 2013b: 9). Selbst das zwischenzeitlich totgesagte Home Office scheint wieder Konjunktur zu haben: „Fast jeder zweite Berufstätige (45 Prozent) arbeitet zumindest hin und wieder von zu Hause aus. Ein Drittel aller Berufstätigen arbeitet sogar regelmäßig im Home Office, die meisten (21 Prozent) täglich (...)“ (ebd.: 11).<sup>18</sup> Welcher Art diese Entwicklungen sind, ob hier substantielle Veränderungen abgebildet werden oder nicht, ist den entsprechenden Statistiken selten zu entnehmen.

Hinsichtlich quantitativer Studien zur Frage der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen ist in gleicher Weise auf die Notwendigkeit einer skeptischen Rezeption zu insistieren. Der Gegenstand ‚arbeitsmarktbezogene Nutzung des Internets‘ ist in mehreren Hinsichten schwer zu fassen. Versucht man eine Annäherung, gerät eine große Vielfalt von internetgestützten Praxisformen als arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen in den Blick. Wie schon einleitend erwähnt ist der Handel mit der ‚Ware Arbeitskraft‘ Thema in Jobbörsen wie Monster, Steppstone und vielen anderen mehr, in Karrierenetzwerken wie Xing und GULP usw., in der Jobbörse der Agentur für Arbeit, in den Stellenanzeigen auf den Homepages der Betriebe, im Rahmen von Initiativbewerbungen über Online-Kanäle, in Twitter, aber auch in nicht direkt rekrutierungsrelevanter Form in instrumentell intendierter Kommunikation auf Facebook und Co, in bestimmten unternehmensnahen Online-Communities, in den beim Surfen unausweichlich auftauchenden Headhunter-Anzeigen etc. Alle diese Anwendungen sind nicht nur technologisch sehr unterschiedlich, sondern adressieren auch sehr verschiedene Personenkreise in unterschiedlicher Intensität und verschiedenen Phasen der Arbeitsmarktkommunikation – so dass verallgemeinernde Aussagen nur sehr vorsichtig versucht werden können.

Andererseits: So unterschiedlich diese Anwendungen in ihrem Aufbau und ihrer Logik sind, ist es doch kaum empfehlenswert, eine dieser Anwendungen analytisch zu isolieren, so

---

<sup>18</sup> Was diese Daten tatsächlich über Veränderungen in der Arbeitswelt aussagen, ist schwer zu bestimmen: Das heimische Arbeitszimmer – ob digital vernetzt oder nicht – war schon vor der Erfindung des Computers fester Bestandteil im Kanon bürgerlicher Wohnwünsche. Entsprechend wäre die Frage: Verändert Home-Office-Software tatsächlich das betreffende Beschäftigungsverhältnis, oder wächst die Zahl der Beschäftigungsverhältnisse in einschlägigen Berufen? Schon dieses Detail zeigt die Schwierigkeiten mit den vorliegenden statistischen Erkenntnissen.

wie es nahezu alle ökonomischen Studien zum Thema machen. Dies ist schon deshalb schlecht zu rechtfertigen, weil anzunehmen ist, dass sie im Praxisvollzug kaum getrennt werden. All diese Anwendungen liegen, pointiert formuliert, nur einen Klick auseinander und sind gegebenenfalls Teilereignisse im Rahmen einer kohärenten Praxis. Auf dem Bildschirm des Personalverantwortlichen wird über ein E-Assessment-Center rekrutiert, ein Fenster weiter auf Xing der Arbeitsmarkt atmosphärisch eingefangen, in eigens zu diesem Zweck betriebenen communities werden Talente gefiltert und auf der Homepage des Betriebes wird employer branding – Kommunikation von Attraktivität als Arbeitgebermarke – betrieben usw. All dies geschieht möglicherweise aus einer Hand und in einem Sinnzusammenhang, der bei Isolation einzelner Bausteine der betreffenden Praxen möglicherweise gar nicht in den Blick geraten kann.

Auch Beschäftigungssuchende – sowohl ‚on the job‘ als auch Arbeitslose – klicken sich durch die Angebote auf Jobbörsen, werden von Monster oder Xing mit einem Email-Newsletter an ihre Arbeitsmarktchancen erinnert, spielen berufsbiografische Alternativen durch und bestimmen ihren Marktwert, üben sich in der Antizipation von Erwartungen zukünftiger Arbeitgeber im Zuge ihrer Selbstdarstellung auf Facebook, vergleichen potentielle zukünftige Arbeitgeber anhand vielfältiger Online-Informationen, schauen uninspiriert und ‚nebenbei‘ in die Rubrik Stellengesuche ihrer Online-Zeitung oder suchen strategisch und hochkonzentriert weltweit nach dem einen Jobangebot mit dem Wunschprofil, pflegen Netzwerke über Social Media mit dem gelegentlichen Hintergedanken an die arbeitsmarktbezogene Nützlichkeit des ein oder anderen Kontakts usw. Diese Praxen ereignen sich alle im selben Medium und sind im Vollzug auf jeweils eigene Weise miteinander verwoben. Sie isoliert zu betrachten würde zumindest die Annahme voraussetzen, dass hier eine der genannten Anwendungen dominant ist.

Geht es um die Frage, ob und in welcher Weise Verbreitungsmedien als je spezifisches Kraftfeld für Welt- und Selbstverhältnisse ins Spiel kommen, kann die analytische Isolation einer einzelnen Anwendung nicht hilfreich sein, denn als relevanter Gegenstand dieser mediensoziologischen Fragestellung kommt Arbeitsmarktkommunikation nur als kommunikative Praxis in Betracht. Vor diesem Hintergrund kann es dann nicht nur um die Effizienz einer einzelnen Anwendung als Suchkanal oder um ähnliche ökonomische Kenngrößen gehen. Vielmehr gilt es zu betrachten, welche Ausprägung Arbeitsmarktkommunikation im Internet hinsichtlich anderer sozial ausdifferenzierter Sinnzusammenhänge, etwa in der kulturellen Dimension eignet. Die auf der Basis der einleitend vorgestellten Argumentation zu prüfende These lautet, dass Erwerbsorientierungen nicht nur von ökonomischen Aspekten, sondern po-



tentiell eben auch von kulturellen Sinnangeboten und hier beispielsweise auch von euphorischen Narrativen berührt werden.

An dieser Stelle lässt sich ein erster Kritikpunkt an ökonomischen Perspektiven formulieren, und zwar schon ohne tiefergehende Kenntnis und eingehendere Betrachtung einzelner Begriffe und Konzepte betreffender Ansätze. Qua isolierender Analytik werden ökonomische Aspekte schon in der Definition ihres Gegenstandes dominant gesetzt: Ohne belastbar wissen zu können, dass ökonomische Aspekte dominieren, wird mit einem isolierenden Zugriff ein Gegenstand definiert, an dem es nur ökonomischen Sinn zu erkennen gibt. Um dies zu vermeiden, soll im Folgenden erstens die auf ökonomische Aspekte abstellende Forschung zu Wort kommen und zweitens trotz der Gefahr, Tiefenschärfe und Systematizität zu riskieren, die Praxis der Kommunikation in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen im Ganzen jeweils an ausgewählten Beispielen thematisiert werden.

### **2.3 Das Internet am deutschen Arbeitsmarkt. Die quantitative Dimension**

Festgehalten werden kann, dass die mediensoziologischen Thesen zu Erwerbsorientierungen nur zu prüfen sind, wenn man den Gegenstand wie beschrieben weit genug fasst. Die sozialwissenschaftliche Forschung zum Thema liegt aber überwiegend auf der schon kritisch eingeführten ökonomischen Linie, schränkt ihren Blick auf digitale Rekrutierung ein und diskutiert deren Bedeutung.

Aber auch aus diesem Blickwinkel scheinen arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen wichtiger zu werden. Eine Umfrage des IAB zur Personalrekrutierung zeigt einen starken Bedeutungszuwachs des Internets bei der Stellensuche in den letzten Jahren. Zusammen mit den Kontakten zur Arbeitsagentur gehören Stellenanzeigen im Internet zu den häufigsten Wegen der Personalsuche; über 40% der Betriebe setzen darauf (vgl. Dietz et al. 2011). Abbildung 3 gibt einen Überblick über die genutzten Suchwege und ihre relatives Gewicht.

### Abbildung 3: Suchwege in Deutschland

	Deutschland	West	Ost <sup>4)</sup>
● Kontakt zur Arbeitsagentur <sup>1)</sup>	42,8	42,0	46,6
● Stellenangebote im Internet <sup>2)</sup>	42,4	44,9	30,7
● Eigene Inserate <sup>3)</sup>	42,1	45,1	27,6
● Eigene Mitarbeiter, persönliche Kontakte	39,7	40,1	37,7
● Initiativbewerbungen/Bewerberliste	29,3	29,2	29,5
● Interne Stellenausschreibung	22,6	23,8	16,5
Private Arbeitsvermittlung	7,6	6,4	13,3
Antwort auf Inserate Arbeitssuchender	5,6	5,9	4,3
Interne Praktika	2,8	2,5	4,6
Auswahl aus Auszubildenden	2,8	2,8	2,6
Auswahl aus Leiharbeitern	2,8	3,0	1,9
Sonstiges	3,0	3,4	1,2
Suchwege insgesamt (in Mio.)	8,67	7,34	1,33
<i>nachrichtlich:</i>			
Neueinstellungen insgesamt (in Mio.)	3,56	2,95	0,62
Suchwege pro Neueinstellung	2,4	2,5	2,2

<sup>1)</sup> einschl. Internet  
<sup>2)</sup> ohne Internetdienste der Arbeitsagenturen  
<sup>3)</sup> in Zeitungen, Zeitschriften  
<sup>4)</sup> einschl. Berlin

Quelle: Dietz et al. (2011: 3).

Interessant ist hier die Differenz zwischen Ost- und Westdeutschland: In Ostdeutschland bewegt sich die Nutzung des Internets zur Stellensuche weit unter dem Durchschnitt. Zwei Zusammenhänge sind hier denkbar: Zum einen ist die Versorgung mit entsprechender Technologie in Ostdeutschland lange Zeit nicht auf dem westdeutschen Stand gewesen. Dazu kommt zweitens eine im Osten deutlich stärker ausgeprägte Skepsis gegenüber dem Internet (vgl. Initiative D21 2013). Insofern Skepsis kein technologischer oder ökonomischer Parameter ist, sondern es sich auch hier vielmehr um einen kulturellen Aspekt handelt, kann man in diesen Zahlen ein weiteres Indiz sehen, die kulturelle Dimension des Themas gebührend zu beachten.

Hinsichtlich der relativ großen Bedeutung des Internets für die Stellensuche zeichnet eine Vielzahl von Studien ein ähnliches Bild. Einzig hinsichtlich der Bedeutung der Agentur für

Arbeit existiert eine große Differenz zwischen der zitierten IAB-Studie und allen anderen Studien. Das IAB sieht hier die Agentur für Arbeit in der wichtigsten Position; alle anderen Studien positionieren die Agentur für Arbeit in ihrer Bedeutung als Vermittlungsinstanz unisono auf den letzten Plätzen. Hier zeigt sich deutlich, dass ein Mangel an unabhängigen Studien zum Thema Suchwege und Internet existiert. Ohne entscheiden zu können (und zu wollen), in welcher Studie bestimmte Partikularinteressen besonders stark in die Ergebnisse eingebunden wurden, muss doch zu Vorsicht hinsichtlich der Belastbarkeit der einzelnen Ergebnisse geraten werden. Insbesondere ‚industriennahe‘ Untersuchungen des deutschen Kontextes kommen aber insgesamt zu folgenden Ergebnissen:

- Aktuell gibt es zwei dominante Such- und Rekrutierungswege am deutschen Arbeitsmarkt: erstens persönliche Empfehlungen und Kontakte und zweitens arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen.<sup>19</sup> Diese Situation wird sich, so die Trendaussage vieler Studien, weiter verfestigen.
- Sogenannte Web 2.0-Anwendungen (Xing und Co) und Social Media<sup>20</sup> werden einen nachhaltigen Bedeutungszuwachs erleben. Die von der Internetjobbörse Monster geförderte und seit längerer Zeit jährlich durchgeführte Studie zur Rekrutierungspraxis zählt Social Media neben dem demografischen Wandel und dem erwarteten Fachkräftemangel sogar zu den drei größten unternehmensexternen Herausforderungen im Kontext Arbeitsmarkt (vgl. Weitzel et al. 2011: 8).
- Effektivster und am häufigsten genutzter Online-Rekrutierungsweg ist die Stellenanzeige auf der Website des betreffenden Unternehmens.
- Internetjobbörsen werden ihren Marktanteil auf hohem Niveau weiterhin halten.
- Online-Kanäle dominieren mit steigender Tendenz nicht nur die Stellensuche sondern auch spätere Phasen des Bewerbungsverfahrens.<sup>21</sup>

Beide Arbeitsmarktparteien, sowohl Beschäftigte als auch Beschäftiger nutzen das Internet zur Recherche von Informationen über potentielle Arbeitgeber oder -nehmer. Dass potentielle Beschäftigte diesen Weg zur Informationsbeschaffung inzwischen in großem Umfang nutzen,

---

<sup>19</sup> Ältere Studien sehen noch persönliche Kommunikation als wichtigsten Weg, das Internet aber auf dem Vormarsch (vgl. Brenke/Zimmermann 2007, besonders skeptisch: Beck 2006). Aktuelle Studien sehen beide Kanäle im Großen auf dem gleichen Niveau.

<sup>20</sup> Als ‚Social Media‘ werden Netzwerke wie Facebook und Xing bezeichnet, aber auch virtuelle Welten, dessen schlagzeilenmachendes Urmodell Second Life ist. Am Arbeitsmarkt und im Personalwesen finden sich immer wieder Versuche, echtzeitmäßige und interaktive Wirklichkeiten als Internetanwendung anzubieten, so z.B.: virtuelle Personalwesen. Gerade in Arbeitsmärkten mit geringem Angebot finden diese Versuche auch (begrenzten) Anklang (vgl. Lohaus et al. 2008). Ein weiteres Beispiel ist hier auch das neue Phänomen des Recrutainment. Hier handelt es sich um Websites, auf denen virtuelle Unternehmensrundgänge und E-Assessment verknüpft werden. Siehe etwas das Fallbeispiel Tchibo bei Diercks (2008).

<sup>21</sup> Alle der hier aufgeführten Diagnosen und Trendaussagen finden sich in Varianten in den folgenden Quellen: Zu den wichtigsten Studien in diesem Bereich zählt die auch methodisch ambitionierte Untersuchung der Rekrutierungspraxis der 1000 größten deutschen Unternehmen, die von der Internet-Jobbörse Monster.com gefördert und von den Universitäten Bamberg und Frankfurt a.M. durchgeführt wird (vgl. Weitzel et al. 2011). Weitere größer angelegte Studien sind die des BVDW (vgl. Lopez 2011) und die Studien des IAB (vgl. Dietz et al. 2011).

wird mittlerweile von vielen Unternehmen reflektiert. Entsprechend wird insbesondere das Thema Website mit großer Aufmerksamkeit bedacht (vgl. Weitzel et al. 2011). Aber auch Personalverantwortliche informieren sich anscheinend über Bewerber. Über das Ausmaß dieser Praxis herrscht in der Forschung aber Uneinigkeit. Nicht zuletzt aus datenschutzrechtlichen und ethischen Gründen wird dieses Thema nicht offen kommuniziert. Eine Dimap-Studie aus dem Jahr 2009 kommt zu dem Ergebnis, dass immerhin jeder vierte Personalverantwortliche personalbezogene Recherchen im Internet anstellt (vgl. Dimap 2009). Eine weitere, kleiner angelegte Untersuchung verweist aber darauf, dass der „googelnde Personaler“ ein Mythos sei (vgl. Giesecke et al. 2010). An diesem Punkt ließe sich vermuten, dass eine Beobachtung entlang einschlägiger Merkmale des betreffenden Teilarbeitsmarktes (Branche, Tätigkeit, Qualifikation, etc.) aber auch ein Blick auf die Besonderheiten des jeweiligen Betriebes (insbesondere: Betriebsgröße, Professionalisierungsgrad der Personalabteilung, etc.) in Bezug auf diese Praxis zu einem sehr differenzierten Bild führen würden. Entsprechende Untersuchungen sind nicht bekannt.

Einige weitere Studien verweisen insgesamt auf einen hohen Differenzierungsbedarf. So scheinen gerade die oben vorgestellten ‚Großthesen‘ bei weitem nicht für alle Bereiche des segmentierten Arbeitsmarktes in der gleichen Weise zuzutreffen. Eine der wenigen Studien (die einzige?), die von einer dezidiert segmentationstheoretischen Position ausgeht (und die sich handwerklich von vielen anderen Studien durch hohe Qualität abhebt), ist die Untersuchung zu elektronischen Arbeitsmärkten der Projektgruppe um A. Schmid. Der zentrale Befund ist hier, dass sich von einem Drittel aller befragten Betriebe, die im Jahr 2004 ihr Personal schon elektronisch rekrutierten, überragende 88 Prozent auf externen elektronischen Teilarbeitsmärkten und nur 26 Prozent auf internen Teilarbeitsmärkten bewegen (vgl. Becher et al. 2005: 88). Gleichzeitig wird aber konzidiert, dass diese Entwicklung die Struktur des Gesamtmarktes nur wenig beeinflusst (vgl. ebd.: 243; Kawai 2008).

Jüngere Studien scheinen die Tendenz zu segmentierten Formen der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen nachdrücklich zu belegen. Insbesondere in der Dimension der Qualifikation finden sich deutliche Unterschiede. So sind es überwiegend mittel- bis hochqualifizierte Angestellte, die zu den ambitionierten NutzerInnen arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen zählen (vgl. Lopez 2011: 7). Starke Unterschiede finden sich auch zwischen den einzelnen Branchen. Erwartungsgemäß sind Beschäftigte in technikaffinen Branchen stärker engagiert – mit der interessanten Ausnahme der IT-Branche, in welcher eine mit der Geste des Insidertums vorgetragene internetskeptische Kultur anzutreffen ist (vgl. Weitzel et al. 2011). Auch in Übergangsarbeitsmärkten (Schmid 2002) wird das Internet in den ver-

schiedenen Phasen des Arbeitsmarktgeschehens überdurchschnittlich genutzt. Demnach nutzen beispielsweise HochschulabsolventInnen noch vor Zeitungsannoncen am häufigsten Internet-Jobbörsen (vgl. Giesecke 2009). Für folgende Differenzierungen bieten bisherige Forschungen also eine Basis:

- Insbesondere jüngere Personen mit mittleren und höheren Qualifikationen nutzen das Internet aus arbeitsmarktbezogenen Gründen nutzen (vgl. Dietz et al. 2011; Suvankulov 2010; Grund 2006).
- Internetnutzung kann eine Phase der Arbeitslosigkeit schneller beenden, wenngleich hier die Effekte eines ‚digital divide‘ noch einmal eine wichtige Spaltungslinie eröffnen (vgl. Suvankulov 2010: 105f.).
- Zudem sind es vorrangig Großbetriebe, die über das Internet suchen und rekrutieren (vgl. Dietz et al. 2011; Dimap 2009).
- Außerdem sind elektronische Lösungen insgesamt zu einem großen Teil in flexiblen Arbeitsmarktsegmenten anzutreffen (vgl. Becher et al. 2005). Insbesondere Selbstständige nutzen in vielfältiger Weise das Internet (vgl. Bruttel 2012: 7).

Insgesamt zeigt sich trotz der gelegentlich sichtbaren handwerklichen Mängel und trotz der häufig einseitigen Ausrichtung auf Effizienzaspekte auf der Folie aller vorliegenden Studien doch ein klares Bild: Das Internet hat mit enormer Reichweite in Arbeitsmarktkommunikation Einzug gehalten. Vertraut man den zitierten Studien hinsichtlich des folgenden Punktes, an welchem ohne Ausnahme Konsens herrscht, so ist die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen sowohl für Beschäftigte als auch für Beschäftigte im Falle eines Zugriffs auf den Arbeitsmarkt in vielen Kontexten mittlerweile nahezu unumgänglich.

Eine theoretische Erklärung dieser Beobachtung gelingt – so sie überhaupt versucht wird – allerdings nur bedingt. Die häufig implizit an Kategorien der Ökonomik ausgerichteten Ansätze geraten hier, wie im Folgenden zu zeigen sein wird, an ihre Grenze. Gelegentlich motivieren die mehrdeutigen Ergebnisse zu dem Hinweis auf theoretisch-konzeptionelle Probleme der ökonomischen Perspektive (vgl. Stevenson 2009; Grund 2006). Im Rahmen der folgenden Argumentation wird es daher gehen, das für die Ökonomik an dieser Stelle einschlägige Konzept der Transaktionskosten zu thematisieren, die Probleme der ökonomischen Perspektive zu thematisieren, um im Anschluss auf die bis dahin vernachlässigte Rolle der kulturellen Dimension, und hier insbesondere auf das oben skizzierte Datum einer tendenziell euphorischen Internetkultur einzugehen.

## 2.4 Effizientes Internet? Die transaktionskostentheoretische Perspektive

Die weit überwiegende Zahl der Studien zu arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen ist implizit oder explizit Begriffen und Konzepten der Ökonomik verpflichtet.<sup>22</sup> Wichtigste Referenz ist hier die Transaktionskostentheorie<sup>23</sup>, welche die einschlägige soziale Praxis als von rationalen Interessen geleitete Handlungen im System Arbeitsmarkt betrachtet.<sup>24</sup> Arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen kommen als Informationskanäle im Sinne der älteren Informationstheorie (vgl. Shannon/Weaver 1976, siehe oben) in den Blick, die sich durch eine besondere Eigenschaft auszeichnen. So lautet die These dieses Ansatzes, dass über das Internet ein entscheidend höheres Quantum an Informationen mit wiederum entscheidend gesteigerter zeitlicher und räumlicher Reichweite transportiert werden kann. In der Folge führe das Internet am Arbeitsmarkt zu einer spürbaren Reduktion von Informationskosten, auf diese Weise zu einem wesentlich transparenteren Markt und so auch zu einer gegenüber anderen Rekrutierungskanälen deutlich gesteigerten Effizienz. Die zentrale These dieses Ansatzes behauptet, dass durch arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen eine Flexibilisierung des Arbeitsmarktes stattfindet, die über das Konzept gesunkener Informations- und damit auch Transaktionskosten erklärt werden kann.

Ausgangspunkt der transaktionskostentheoretischen Argumente ist das neoklassische Basismodell des Arbeitsmarktes. Hier werden Märkte als Systeme verstanden, in denen preisvermittelt Allokationsprozesse stattfinden. Der Begriff der Transaktionskosten schließt einerseits daran an und verweist andererseits aber auf unrealistische Annahmen der neoklassischen Modellierung. Zentraler Kritikpunkt ist, dass Kosten, die durch den Transaktionsprozess entstehen, im neoklassischen Modell nicht berücksichtigt werden<sup>25</sup>. Gerade für den Arbeitsmarkt

---

<sup>22</sup> Dies gilt insbesondere auch für die im Vergleich zu Deutschland wesentlich besser ausgebaute angelsächsische Forschung. Hier ist insbesondere auf die verdienstvolle Sammelrezension von Strohmeier zum Thema „e-HRM“ (Strohmeier 2012) und das „Handbook of Research on E-Transformation and Human Resources Management Technologies“ (Bondarouk et al. 2009) hinzuweisen (außerdem vgl. Sareen/Subramanian 2012). Einflussreich ist die Studie von Kuhn/Skuterud (2002) mit dem Titel „Internet Job Search and Unemployment Durations“ und dem Ergebnis, dass keine Verkürzung der Arbeitslosigkeitsphase durch Nutzung des Internets beobachtet werden konnte (außerdem vgl. Jayakar/Park 2013; Atasoy 2011; Beard et al. 2010; Mellet 2005). Ein Schwerpunkt liegt derzeit auf der Forschung zu Web 2.0- und Social Media-Anwendungen (vgl. Hercheui 2011; Roberts/Roach 2009; Barnes/Mattson 2008; Barzilai-Nahon/Neumann 2005). Für eine dezidierte Aufarbeitung der transaktionstheoretischen Konzepte zum Thema arbeitsmarktrelevante virtuelle Communities siehe Diederichsen (2011).

<sup>23</sup> Dieser etablierte Ansatz geht auf Williamson (1990) zurück. Für einen Überblick siehe Eigler (1997) oder Foss (2008) mit Schwerpunkt auf „Human Capital“. Eine modernisierte Variante findet sich beispielsweise bei Alewell/Martin (2006).

<sup>24</sup> Nicht selten kommt dieser Ansatz auch im Kontext soziologischer Fragestellungen zur Anwendung. So sind alle Rational-Choice-Theorien aber auch Essers Modell der soziologischen Erklärung in dieser Richtung kompatibel. Letzterer Ansatz wird auch in der Forschung zu Erwerbsorientierungen genutzt (vgl. Barteczko et al. 2013).

<sup>25</sup> Klassisch zu Informationskosten: Akerlof (1970).

wird dies als unrealistisch und analytisch unbefriedigend kritisiert, da hier die begrenzte Rationalität opportunistischer Akteure und unvollkommene, asymmetrisch verteilte Informationen in besonderem Ausmaß charakteristisch seien (vgl. Kawai 2008: 30).

Hieran schließt dann auch die institutionenökonomische Annahme an, dass Personalallokation auf externen Märkten mit höheren Transaktions- und Informationskosten und damit mit mehr Unsicherheit verbunden ist. Unsicher ist aus der Perspektive betrieblicher Organisationen, ob (Informationen über) ausreichend qualifiziertes Personal zum fraglichen Zeitpunkt zur Verfügung steht - und für individuelle Akteure, ob langfristig ein sicheres Einkommen erzielt werden kann. Auf dieser Basis wird dann auch die Tendenz zu stabiler Beschäftigung und zu regulierten Märkten marktendogen erklärt (vgl. Krause/Köhler 2011).

Ein Großteil der sozialwissenschaftlichen Forschung zu arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen im deutschsprachigen sowie angelsächsischen Raum setzt an diesem Punkt an und fragt, ob Marktlösungen wahrscheinlicher werden, weil „die Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK-Technologien) die Transaktionskosten senkt“ (Becher et al. 2005: 5). So fragt David Autor (2000) in einem viel rezipierten Aufsatz mit dem Titel „Wiring the Labor Market“, ob die Suche nach passenden Arbeitskräften oder -stellen im Internet entscheidend weniger von „imperfect and asymmetric information“ belastet wird. Am Ende der Argumentation steht die Prognose neuer „opportunities for new institutions to emerge“ (ebd.: 38).

Die oben ausführlicher dargestellten empirischen Erkenntnisse erlauben (mindestens) zwei Feststellungen und eine Frage. Erstens hat das Internet in den verschiedenen Bereichen des Arbeitsmarktgeschehens einen Bedeutungszuwachs erfahren. Zweitens werden hier gegebenenfalls transaktionskostentheoretische Konzepte und Begriffe und hier insbesondere der Begriff der Informationskosten, als tragfähige Basis dafür veranschlagt, diesen Bedeutungszuwachs empirisch zu erfassen. Das Muster dieser Erklärungsversuche folgt dem zitierten Aufsatz von David Autor. Drittens ist aber nicht wirklich klar, ob hier tatsächlich die strategische Antizipation gesunkener Informationskosten den Einsatz arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen erklärt oder ob nicht andere Faktoren, Stichwort: euphorische Kultur, eine mindestens eine ebenso große Rolle spielen. Im Folgenden werden die zitierten Befunde aufgegriffen und mit diesem Zweifel konfrontiert.

Ein erster Zweifel lautet wie folgt: Die immer häufiger über arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen laufende Suche und Rekrutierung jüngerer und höher qualifizierter Arbeitskräfte lässt sich zwar mit dem erhöhten Informationsbedarf in dieser erwerbsbiografischen Anfangsphase erklären. Da es sich um jüngere und höher qualifizierte Arbeitskräfte handelt,

liegt aber auch die Vermutung nahe, dass hier eine allgemein höhere Internetaffinität ausschlaggebend ist (vgl. Daten zum Alter der NutzerInnen in: Initiative D21 2012). Nicht Kostenüberlegungen, sondern sozialisatorisch erworbene Kommunikationsgewohnheiten, technikaffinen Habitus und kulturelle Prägungen wären dann zentral. Der Nachweis eines ‚digital divide‘ im Zusammenhang der Beobachtung, dass Arbeitslosigkeitsphasen mit Nutzung des Internets schneller beendet werden, lässt sich analog diskutieren: Sind die Akteure hier kosten- und marktbewusster oder einfach internetaffiner? Wie oben schon vermerkt, sind insbesondere die sozialen Gruppen, die in hohem Maße internetaffin sind, auch am festesten im Erwerbssystem verankert. Festzuhalten bleibt an dieser Stelle, dass der Rekurs auf ein kostenbewusstes strategisches Verhalten opportunistischer Akteure möglicherweise keine vollständige Aufklärung der empirischen Phänomene liefert.

Dieses Argument kann dann auch für den Indikator Betriebsgröße wiederholt werden. Der Befund, dass mit steigender Betriebsgröße der Einsatz arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen an Bedeutung gewinnt, wird ökonomisch etwa mit dem Argument erklärt, dass große Betriebe eher über finanzielle und personelle Ressourcen verfügen, um strategische und kostenbewusste Personalpolitik zu betreiben (vgl. Becher et al. 2005). Dieses Argument wird aber von anderen Befunden in Frage gestellt, denn es scheint so zu sein, dass die Rekrutierung etwa über Internetjobbörsen im Vergleich zur Nutzung anderer tradierter Kanäle (persönliche Kontakte, Zeitung, Agentur für Arbeit) erheblich ineffizienter ist (vgl. Kuhn/Skuterud 2002). Persönliche Kontakte führen in zwei Dritteln und Zeitungsinserate bei der Hälfte der Fälle zum Erfolg - Anzeigen in Internetjobbörsen aber nur in einem Drittel (vgl. Dietz et al. 2011).

Die Frage lautet dann: Warum nutzen Großbetriebe eher ineffiziente Such- und Rekrutierungswege, obwohl sie gerade auch hinsichtlich der Informationskosten effizientere Personalpolitik betreiben (könnten)?<sup>26</sup> Hierin kann man einen ‚harten‘ Einwand gegen die Plausibilität transaktions- und informationskostentheoretischer Erklärungsansätze sehen. Wenn man voraussetzt, dass opportunistische Marktteilnehmer die kostengünstigste Variante zur Realisierung einer Transaktion wählen, und sich gleichzeitig herausstellt, dass empirisch regelmäßig eine verhältnismäßig ineffiziente und kostenintensive Variante genutzt, kann an der gesamten Konstruktion etwas nicht stimmen. Diese Frage schließt an verschiedene, grundsätzlich kriti-

---

<sup>26</sup> Institutionenökonomisch wird dieses Problem auf die Ebene von Teilarbeitsmärkten verlagert. Etwa Apitzsch (2010) verweist auf deren je unterschiedliche Konstitution und argumentiert, dass in bestimmten flexiblen Teilarbeitsmärkten die Rekrutierung über persönliche Kontakte am effizientesten ist. Die Vorstellung der Existenz eines allgemein effizienten, Informationskosten insgesamt senkenden Such- und Rekrutierungskanals wird zugunsten der Idee aufgehoben, dass es für jeden Teilarbeitsmarkt eine bestimmte effiziente Lösung des Allokationsproblems gibt – relative Effizienz statt allgemeiner. Mit dieser Ebenenverlagerung ist aber die Frage nicht beantwortet, wie es zur Kommunikation solcher Effizienzaussagen kommt, oder anders formuliert: woher Beschäftiger und Beschäftigte wissen, welcher Weg am effizientesten ist.



sche Einwände gegen den transaktionskostentheoretischen Ansatz an. Die an vielen Punkten besonders von marktsoziologischer Seite aber auch von wirtschaftswissenschaftlichen Positionen jenseits des ökonomischen Mainstream vorgetragene Kritik lautet knapp zusammengefasst:

- Erstens kann bis auf Ausnahmen weder in actu noch theoretisch das Spektrum der Transaktionskosten verursachenden Phänomene in ausreichendem Maß bestimmt oder gar die Höhe von Transaktionskosten ausreichend eindeutig quantifiziert werden. Wie viel eine Transaktion kostet (und das gilt noch einmal mehr für den Vergleich, ob am Arbeitsmarkt rekrutiert, oder langfristig beschäftigt wird), weiß man, wenn überhaupt, erst nach der Transaktion. Vorher können entsprechende Quantifizierungsversuche prinzipiell nur vom Rang einer Behauptung sein. Ein Urteil über alternative Rekrutierungswege scheitert damit an der „Unschärfe des Transaktionskostenbegriffs“ (Döring 1999: 45).
- Zweitens lässt die Volatilität und Dynamik wirtschaftlicher Entwicklungen es nicht zu, gerade so etwas wie Such- und Rekrutierungskanäle ex ante hinsichtlich ihrer Transaktionskosteneffizienz einzuschätzen. Folge dieser Unsicherheit ist, „dass man eigentlich jedes (...) Arrangement mit Verweis auf Transaktionskostensparnisse rechtfertigen kann“ (ebd.: 46). Zugespitzt: Ob Suche und Rekrutierung in einem weiträumigen Teilarbeitsmarkt effizienter über arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen, gezielte Zeitungsannoncen oder andere Kanäle läuft, kann zwar im Sinne informationskostentheoretischer Konzepte thematisiert oder legitimiert, genaugenommen aber nicht zur Entscheidungsgrundlage im Sinne eines mechanisch einsetzbaren Maßstabes stilisiert werden.
- Die Rolle der Kommunikation von Transaktionskosten im Betrieb oder im Haushalt ist damit keineswegs gering zu schätzen. Dort, wo Kosten die zentrale Rolle spielen, wird eine Einschätzung, etwas sei mit niedrigeren Transaktionskosten verbunden, die jeweils adressierte Alternative bestätigen und entsprechend die Entscheidung lenken. Auch wenn (und vielleicht gerade weil) Transaktionskosten prinzipiell nicht angemessen ‚errechnet‘ werden können, sind sie im Kommunikationszusammenhang Wirtschaft von höchster Bedeutung und können mehr als andere Narrative Legitimität beschaffen.
- Woher kommt dann aber der ausschlaggebende Impuls, eine Alternative als legitimationsbedürftige zu behandeln, und mit Transaktionskostenargumenten zu legitimieren? Die These in diesem Zusammenhang lautet, dass weitere und eben auch außerökonomische Aspekte hier zur Erklärung betrachtet werden müssen.<sup>27</sup>

Diese These betrifft dann auch die transformations- und informationskostentheoretische These internetgestützter Arbeitsmarktflexibilisierung. Wenn sich über die Effizienz arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen nicht (allein) auf der Basis eines ökonomischen Kalküls entscheiden lässt, dann kann mit ökonomischem Kalkül auch nicht (allein) über ein mit Hilfe des

---

<sup>27</sup> Gerade auch in kapitalismuskritischen soziologischen Debatten werden transaktionskostentheoretischen Ansätzen in ähnlicher Weise unterkomplexe Vorstellungen ökonomischer Effizienz vorgeworfen. Dabei rekurriert diese Kritik aber auf die grundlegende Bedeutung „struktureller Machtasymmetrien und Interessengegensätze“ (vgl. Dörre 2009: 27). In der hier vorliegenden Arbeit werden Beobachtungen funktionaler Differenzierung und neuer Verbreitungsmedien als adäquater Ausgangspunkt gesehen.

Internets verstärktes Marktengagement entschieden werden. Entscheidend für die Bewertung einer Such- und Rekrutierungsstrategie ist zwar der ökonomische Erfolg, den ein betrieblicher oder individueller Akteur auf die jeweilige Weise erzielt. Das ökonomische Argument, dass Märkte letztlich erfolgreiche Lösungen selektieren, soll mit dieser Argumentation nicht bestritten werden.<sup>28</sup> Die praktische und theoretische Frage ist aber, *welcher* Weg zum Erfolg führt und wie man diesen Weg zum Markterfolg bestimmt. Dies kann aus den genannten Gründen nicht über die Evaluation von Transaktions- und Informationskosten geschehen.

Klare Indizien für oder gegen eine internetgestützte Tendenz zu mehr Markt am Arbeitsmarkt können die transaktionskostentheoretisch verfahrenenden Studien dann auch nicht ermitteln. So wird zwar gezeigt, dass die verstärkte Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen überwiegend externe Märkte betrifft, dies aber die Gesamtstruktur des Arbeitsmarktes nur wenig tangiert (Becher et al. 2005). Nach wie vor ist insgesamt ungeklärt, ob niedrige Such- und Rekrutierungskosten, sogenannte Matchingvorteile und positive Signalwirkungen im Zusammenhang mit Internetrekrutierung der entscheidende Punkt sind oder ob vielmehr die Nachteile adverser Selektion oder auch Probleme bei der Signalisierbarkeit bestimmter persönlicher Eigenschaften oder Qualifikationen überwiegen (vgl. Grund 2006: 19). In neueren Publikationen lautet das ernüchterte Resümee aus ökonomischer Perspektive dann gelegentlich, dass über den Einfluss des Internets auf Arbeitsmarktprozesse nach wie vor wenig bekannt sei (vgl. Stevenson 2009). So heißt es beispielsweise: „Examining access to the Internet rather than job search per se reveals that, conditional on observable predictors of Internet use, those who use the Internet are more likely to have changed jobs” (ebd.: 69)<sup>29</sup>.

Die offensichtliche Wahlverwandtschaft zwischen arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen und flexiblen Arbeitsmärkten kann also nicht allein auf ökonomisches Kalkül zurückgeführt werden. An diesem Punkt setzen systemtheoretische Argumente an, die auf einen weiter unten im Detail einzuführenden, beobachtungszentrierten Arbeitsmarkt-begriff abstellen

---

<sup>28</sup> Das scheinbar ‚harte‘ und objektive Kriterium Markterfolg erweist sich bei näherer Betrachtung wiederum auch als prinzipiell absurde Kategorie. Markterfolge kommen nur durch Misserfolge der Mitbewerber zustande – würden aber alle die ‚richtige‘ Strategie verfolgen, gäbe es keine Misserfolge und so auch kein Erfolge mehr. Erfolge sind also sozial relativ und keinesfalls von sich aus Erfolge. Deshalb ist es auch prinzipiell unmöglich, aus einem aktuellen Wissensstand eine ‚sichere‘ Erfolgsstrategie rational abzuleiten. Hier helfen nur Erfahrung und Bauchgefühl. Diese Argumentation kann als plastisches Beispiel des soziologischen Theorems doppelter Kontingenz betrachtet werden (vgl. Luhmann 1991: 120ff.).

<sup>29</sup> Hier scheint es sich nicht um ein Problem zu handeln, dass nur das empirische Phänomen arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen betrifft. Beispielsweise im Fazit einer Studie zur wertschöpfenden Kraft elektronischen Personalmanagements formulieren die Autoren: „Dieses [unklare, d.A.] Ergebnis sollte weiter untersucht werden, um den Einfluss der Kontextfaktoren zu klären“ (Ruel/van der Kaap 2012). Zugespitzt: Der in der Untersuchung qua ökonomischen Forschungsformats ausgeschlossene außerökonomische Sinngehalt personalwirtschaftlicher Kommunikation konnte nicht erforscht werden, hat aber größten Einfluss. Eine weitere Studie, die vergleichend auf außerökonomische kulturelle Größen und ökonomische Faktoren fokussiert, findet zwar einen leicht größeren Einfluss ökonomischer Größen – allerdings nur auf Basis eines fragwürdigen Konzepts von Kultur (vgl. Puck et al. 2004).

(siehe Kap. 4) Arbeitsmarktflexibilisierung heißt hier: Verstärkung der Kommunikation über die prinzipiell komplexere Umwelt namens Arbeitsmarkt. Transaktions- und Informationskosten sind damit nicht mehr Effekte eines eigenen Systems Arbeitsmarkt, sondern Probleme der Konstruktion von Umwelt. Aus dieser Perspektive gilt dann: Mit Narrativen, die sich um Informationskosten drehen, behandeln Arbeitsorganisationen ebenso wie Haushalte Schwierigkeiten in der Beobachtung einer komplexen, im Wirtschaftssystem verankerten Umwelt namens Arbeitsmarkt. Der Begriff der Informationskosten bezeichnet in diesem Zusammenhang kommunikative Artefakte, die am Ideal effizienter Allokation orientiert sind, und zur Bereitstellung von Orientierung und Legitimation dienen.

Ordnet man den Begriff der Informationskosten in dieser Weise ein, bieten sich zwei konzeptionelle Anschlusspunkte für eine weiterführende Annäherung an den hier verhandelten Gegenstand. Arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen befördern erstens eine Ausweitung der Beobachtung der marktförmigen Umwelt. Mit anderen Worten: Sie befördern das Engagement auf flexiblen Teilarbeitsmärkten, weil sich dies mit dem Argument niedriger Informationskosten rechtfertigen lässt und nicht weil ex ante klar ist, dass die Informationskosten niedriger sind. Niedrigere Informationskosten erklären also nicht die internetgestützte Tendenz zu mehr Markt am Arbeitsmarkt, sondern benennen die Art und Weise, in der im Rahmen der Kommunikation eines autopoietisch geschlossenen Systems Marktengagements legitimiert werden.

Der zweite konzeptionelle Anschlusspunkt bezieht sich auf außerökonomische Sinnbestände. Arbeitsorganisationen sind ebenso wie Haushalte und andere Interaktionssysteme als eigendynamische soziale Systeme anzusehen, die sich zwar im Zuge des Handels mit der ‚Ware Arbeitskraft‘ auf das Funktionssystem Wirtschaft beziehen, sich aber keinesfalls von der dort dominierenden ökonomischen Logik, die etwa im Begriff der Transaktionskosten kondensiert, determinieren lassen. Als autopoietische soziale Systeme entscheiden sie selbst darüber, welche Ausschnitte gesellschaftlicher Umwelt relevant sind, beobachtet werden und ggf. in die Konstruktion von Arbeitsmärkten einbezogen werden. Über diese systemtheoretische Konzeption wird die Frage, ob und wie außerökonomische Sinnbestände Arbeitsmarktpraxis affizieren, theoretisch handhabbar.

## **2.5 Interneteuphorie und Flexibilisierung. Empirische Eindrücke**

Aus den einleitenden Darlegungen folgt, dass ein Kandidat für nicht-ökonomische Einflüsse auf Arbeitsmarktkonstruktionen die tendenziell und phasenweise euphorische, technikaffine

Internetkultur sein könnte. Die Frage lautet, ob und wie diese und andere Kommunikationen irritierend auf Personalstrategien von betrieblichen Organisationen und Erwerbsorientierungen individuell adressierte Arbeitskraftanbieter wirken. Im Folgenden soll also in Ermangelung einschlägiger Forschung entlang eigener empirischer Befunde kursorisch demonstriert und anhand von diskursanalytischen Forschungsergebnissen gezeigt werden, dass und wie außerökonomische Sinnbestände in internetgestützte Personalkommunikation eingelassen sind. Die qualitativen Daten wurden auf der Basis von je 40 Interviews mit Beschäftigten und Beschäftigten erhoben, die im Rahmen des SFB 580 an der FSU Jena durchgeführt wurden.

In den Interviews wird zunächst klar ersichtlich, dass Effizienz- und Kostenabwägungen bei der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen eher selten im Vordergrund stehen. So schildert die Personalverantwortliche einer mittelständischen Softwarefirma:

„Ich bin da auch drin, natürlich [lacht]. Ich bin da ganz einfach auch drin, weil ich Stellen des Unternehmens auch dort (hmhm) ausschreibe (hmhm) sozusagen. Und ja. Das äh. Da kommt aber relativ wenig drüber muss ich sagen. Das muss nur auf anderen Wege funktionieren [lacht].“

Interessant ist zum einen die Formulierung der Befragten, dass sie „natürlich drin“ ist. Damit unterstreicht sie, dass es aus ihrer Perspektive noch vor der Erwägung von Kostenfragen eine große Selbstverständlichkeit ist, in arbeitsmarktbezogene Internetkommunikation inkludiert zu sein. Schon an diesem Punkt wird spürbar, dass es die verheißungsvolle Aura des Internets und die tendenziell euphorische Stimmung in diesem Kontext ist, die zur Nutzung anstiftet. Wer hier nicht dabei ist, so die rhetorische Geste der Befragten, der hat den Zug der Zeit verpasst. Zweitens thematisiert sie auch gleich mit, dass Kostengründe hier kaum eine Rolle spielen, da dieser Kanal in Hinsicht auf seinen, rationalen Zweck, effizient zu rekrutieren, durchaus unbefriedigend zu sein scheint.

Ganz ähnlich äußert sich der Personalverantwortliche einer anderen mittelständischen Softwarefirma zu der Frage, ob arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen Kosten minimieren: „Glaub ich net. Also ich weiß es ehrlich gesagt net (mhm), aber das spielt keine Rolle.“ Im weiteren Verlauf des Interviews kommt er zu dem Schluss, dass weniger ökonomische Effizienz als vielmehr der Hype um das Internet verantwortlich dafür ist, dass sich Online-Rekrutierung etabliert. Das Motiv einer massenmedial verbreiteten Interneteuphorie, die das Netz per se als Verkörperung eines fortschrittlichen Geistes feiert, ist insgesamt ein Standardnarrativ in den analysierten Interviews und wird häufig in der geschilderten Weise platziert.

Das empirische Material verweist außerdem darauf, dass Entscheidungen für die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen auch davon abhängen, ob eine Betriebskultur

technoaffin ist. Dort, wo neue Technologien sowieso als hohes Gut gelten, werden Internet-technologien am Arbeitsmarkt auch eher genutzt. Vice versa begründen allgemeine Ressentiments gegen das Internet oft auch ablehnende Haltungen. Während der erstgenannte Aspekt des allgemeinen Internethypes als Beispiel einer Irritation von ‚außen‘ gelten kann, spiegelt der zweite Aspekt ein tradiertes betriebliches Kulturmuster wieder. Organisationen mit technoaffinen Betriebskulturen sind, so kann geschlussfolgert werden, noch vor einer eingehenden Prüfung der betriebswirtschaftlichen Konsequenzen der Nutzung von Online-Rekrutierungskanälen bereit, sich hier zu engagieren.

Aufgrund dieser empirischen Einwände gegen Reduktionen auf ökonomisch endogene Sachverhalte liegt der Schluss nahe, der Einfluss anderer Kommunikationen, etwa bestimmter kultureller Muster oder massenmedialer Diskurse stärker zu berücksichtigen sind. Vor dem Hintergrund eines systemtheoretischen Arbeitsmarktbegriffs hat diese Forderung auch ihren systematischen Platz. Insofern Arbeitsmarktp Praxis als Teil der Kommunikation von sozialen Systemen wie Organisationen und Haushalten gilt, ist die Annahme, dass Internethype und technoaffine Diskurse einen Einfluss haben, konzeptionell gedeckt. Denn Kommunikation unter der Chiffre Arbeitsmarkt erscheint dann als Amalgam verschiedener gesellschaftlicher Einflüsse – wirtschaftlicher, aber auch diskursiv-kultureller – wobei die Frage nach einem dominanten Einfluss nicht vorneweg bestimmt werden kann.

Die Perspektive auf kulturelle Muster und Diskurse spielt in der Arbeitssoziologie insbesondere auch bezüglich der Fragen zu Subjektivierung und zeitgenössischen Kontroll- und Leistungssicherungspraktiken eine Rolle (vgl. Moldaschl 2003; Gerst 2002). Wie einleitend skizziert, geht es hier etwa um den Begriff des ‚Unternehmerischen Selbst‘ (vgl. Bröckling 2007) oder unter der Überschrift aktivierende Arbeitsmarktpolitik (vgl. Lessenich 2009a) um das Ideal eines engagierten, selbstverantwortlichen, hoch flexiblen Arbeitsmarktsubjektes. Die Frage dieser Arbeit lautet, ob das Internet und insbesondere Web 2.0-Anwendungen hier als Verstärker solcher selbstzentrierten Subjektivierungsfiguren in Frage kommen. Beispielsweise Reichert (2008) gelangt in seinen Analysen zu dem Schluss, dass über Online-Rekrutierungskanäle nicht nur die Jobsuche als solche stattfindet, sondern dass hier auch selbstzentrierte Selbst- und Weltbilder transportiert und sozialisiert werden, die Marktengagement nicht mehr nur als notwendiges Übel, Betriebsbindung nicht mehr als automatischen Garant für Sicherheit auffassen.

In den eigenen empirischen Analysen konnten starke Indizien in der gleichen Richtung gefunden werden. So heißt es im Interview mit einem Personalverantwortlichen einer größeren Genossenschaftsbank:

„Also insofern (Hmhm) das geht heute mehr über Attraktivität. Früher war, hatte das andere Gründe, warum jemand langfristig (Hm) beschäftigt (Hmhm) war. Ähm weil man hat eben Mitarbeiter nicht rausgeworfen (Hmhm), wenn er nicht silberne Löffel geklaut hat (Hmhm), um mal so ein Beispiel (Hmhm) zu sagen (Hmhm). Ähm das ist heute völlig (Hmhm) anders (Hmhm). Heute ist das Personal ein Faktor, um über die Personalkosten auch Krisen zu bewältigen [Lachen in der Stimme].“

Über Attraktivität spricht der Befragte dabei im Interview im Kontext des Themas ‚Online-employer-branding‘. Den Schilderungen zufolge stehen diese digitalen Bemühungen um Attraktivität in einem inneren Zusammenhang mit einer Präferenz für Marktlösungen. Hier wird ersichtlich, wie das Leitbild dauerhafter Bindung an einen Betrieb als antiquiert verabschiedet wird, weil dessen Rationalität im Rahmen des online Denk- und Sagbaren – im Kampf um digitale Attraktivität - nicht mehr plausibel erscheint. Die These lautet, dass Tendenzen zur Vermarktlichung von Arbeitskraft mit arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen einen, entsprechende Konzepte und Legitimationen zur Verfügung stellenden Verstärker haben. Demgemäß werden gewandelte Beschäftigtenmotive antizipiert: „Ähm also ich würd das so sehen. Ähm wenn so ne latente Wechselbereitschaft da ist (Hmhm), dann erhöht das [Internet, d.A.] die Wahrscheinlichkeit dramatisch, dass es irgendwann äh tatsächlich zu nem Wechsel kommt (Hmhm).“

Personen werden über internetgestützte Suche und Rekrutierung also verstärkt in einer Weise adressiert, die einen flexiblen Arbeitnehmer anruft, der nicht vordergründig betrieblichen Direktiven, sondern einer Spur selbstgenerierter und auf das Selbst gerichteter Kontrollakte folgt. Engagement auf flexiblen Arbeitsmärkten erscheint zunehmend als diskutable Alternative - und zwar auch im Rahmen von Erwerbsorientierungen, die an Sicherheit ausgerichtet sind. Zugespitzt lautet die These: Andere Kommunikationstechnologien, andere Subjektivitäten (vgl. Bunz 2001); oder systemtheoretisch und für den hier verhandelten Gegenstand ausformuliert: Kommunikation über arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen adressiert die personale Umwelt tendenziell als flexible, selbstverantwortliche Arbeitskraft.

Hintergrund ist, dass durch eine internetgestützte Beobachtung des Arbeitsmarktes auch ohne bestimmte Such- oder Rekrutierungsabsicht und definiertes ökonomisches Interesse vielfältige Informationen anfallen. Beispielsweise im Nutzen der eingangs erwähnten Online-Spielen mit Rekrutierungsaspekt drängt sich der Arbeitsmarkt als Chancenfeld geradezu auf, auch ohne das beispielsweise eine klare Wechselabsicht vorhanden sein muss. Der Arbeitsmarkt erscheint hier nicht mehr als Schrecken (vgl. Pongratz 2012) sondern als Raum vielfältiger Möglichkeiten. Die Suggestion einer umfassenden Kenntnis des Arbeitsmarktes wird

durch die über einen Klick realisierbaren kurzen Wege vom Lesen einer Online-Werbung bis zur Bearbeitung des eigenen Profils auf der Seite eines Headhunters befördert.

Die These dieser Arbeit lautet dann, dass dies einen dynamischen Prozess anstößt, in welchem die intensive Auseinandersetzung mit dem eigenen Arbeitsmarkt-Selbst zu einer verestigten Konstruktion des Möglichkeitsraums am Arbeitsmarkt führt. Insofern diese Figur des selbstfixierten ‚homo digitalis‘ in erstaunlicher Weise und an vielen Punkten (nicht an allen!) mit den diskursanalytisch diagnostizierten, zeitgenössisch dominierenden Subjektivierungstypen parallel laufen, kann man auch hier ein starkes Indiz für die Stichhaltigkeit der These sehen, dass außerökonomische Einflüsse den Umgang mit dem Internet am Arbeitsmarkt mitbestimmen.

Allerdings wird es nicht ausreichen, ausschließlich massenmediale oder politische Diskurse zu betrachten, denn wie das Beispiel Transaktionskosten zeigt, ist auch eine eigenlogische ökonomische Dimension für die internetbasierte Arbeitsmarktpraxis relevant. Wenngleich dies auch anders stattfindet, als von einigen Ansätzen der Ökonomik vorgesehen, handelt es sich hier doch um einen eigenen Schwerpunkt für die Kommunikation in Betrieben und Haushalten. Oft verkennen diskursanalytische Ansätze, dass das Verhältnis von diskursiven und nicht-diskursiven Praxen, hier in der Variante von diskursiv erzeugten Arbeitsmarktleitbildern und nicht-diskursiv formierter ökonomischer Situation, unter modernen Vorzeichen einen nicht reduzierbaren Aspekt sozialer Wirklichkeit ausmacht. Diskursanalytische, kulturalistische Ansätze reduzieren Arbeitsmarktgeschehen auf *einen* Gegenstand: die Diskurse – und ähneln damit in ihrem Reduktionismus der ökonomischen Modellierung, die einen hintergründigen Mechanismus als Verursacher einsetzt. So wie mit der Reduktion auf ökonomische Kategorien die Füße überbetont werden, steht hier der Kopf für alles. Wichtig ist, beides ins Verhältnis zu setzen, mit anderen Worten: die funktionale Differenzierung kommunikativer Praxis auch hinsichtlich des Themas Internet und Arbeitsmarkt ernst zu nehmen.

## **2.6 Schlussfolgerungen**

Insgesamt hat das Internet für die zeitgenössische Arbeitsmarktpraxis offenbar eine deutlich gewachsene und mittlerweile auf hohem Niveau etablierte Bedeutung. Aus verschiedenen quantitativen Studien ergeben sich hier entsprechende Hinweise, wie auch aus einem Blick auf eigene qualitative Interviews. So erhärtet sich der Eindruck, dass Internethype und technoaffine Betriebskulturen personalpolitische Entscheidungsprogramme mindestens so substantiell formieren, wie ökonomische Kalküle und Strategien. Vor diesem Hintergrund steht

die nachstehende Argumentation vor der Aufgabe, die folgenden beiden, aus diesem Zusammenhang gewonnenen Thesen zu prüfen: Erstens scheinen arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen in Verbindung mit Vermarktlichungstendenzen zu stehen. Zweitens scheint hier eine Subjektivierungsform, in der das Selbst in umfassender Weise die Rolle als Zurechnungspunkt für Arbeitsmarktgeschicke übernimmt.

Um sich diesen Thesen angemessen zu nähern, wird im Folgenden zunächst die Frage nach der Rolle von Verbreitungsmedien für den sozialen Umgang mit Arbeit insgesamt ins Blickfeld rücken. Es geht darum, der These, dass Verbreitungsmedien mehr als nur akzidentiellen Status haben, Plausibilität zu verschaffen. Im Anschluss wird es um den Versuch gehen, die Andeutungen dieses Kapitels zu einem systemtheoretischen Arbeitsmarktbegriff auszuarbeiten. Denn aus der systemtheoretischen Perspektive kann die Beobachtung der Arbeitsmarktumwelt begrifflich-konzeptionell nicht auf eine Logik reduziert werden. Die Konstruktion des Arbeitsmarktes wird durch außerökonomische Sinnbestände strukturiert und ist gleichzeitig effizienzorientiert. Das systemtheoretische Argument lautet, dass die unter dem Titel Arbeitsmarkt kommunizierenden Sozialsysteme auf der Basis eigener Entscheidungen selektieren, welche Diskurse in welchem Verhältnis zur Orientierung an Effizienz im Rahmen personalbezogener Entscheidungen relevant sind. Anschließend an diesen systemtheoretischen Arbeitsmarktbegriff wird es darum gehen, die hier formulierten Thesen mit anderen soziologischen Erkenntnissen aus der Internetforschung zu konfrontieren und hier entsprechende Argumente zu finden.



### **3 Die Medialität von Arbeit**

#### **3.1 Probebohrungen. Verbreitungsmedien und Arbeit**

In diesem Kapitel werden Probebohrungen in historische Formen der Zuordnung von Personen zu Arbeit vorzunehmen sein - und zwar mit Blick auf die Medialität dieser Umgangsweisen. Das Ziel dieser Probebohrungen ist es, für die Relevanz eines mediensoziologischen Zugangs sensibel zu machen. Die Rede von den Probebohrungen sollte dabei ernst genommen werden. Der Grund dafür ist zunächst trivial. Es gibt keine ausgearbeitete Mediengeschichte der Arbeit und noch weniger eine Mediengeschichte der Zuordnung von Personen zu Arbeit. Eine solche wäre aber Voraussetzung, um im hier gegebenen Rahmen mehr als Probebohrungen vorzunehmen. Es kann hier also ausdrücklich nicht darum gehen, einen umfassenden empirisch-historischen Überblick zu entwerfen, und systematisch die Funktionsweise des postulierten Zusammenhangs aufzuzeigen. Und erst recht ist es nicht möglich, etwaige medienhistorische Gesetzmäßigkeiten zu formulieren. Ziel ist es vielmehr, den Thesen der Medialität von Arbeit und der Zuordnung von Personen zu Arbeit erst einmal etwas Plausibilität zu verschaffen.

Mit den nachstehenden Probebohrungen soll folgendes skizziert werden: Erstens, wie groß und grundlegend die historischen Differenzen zwischen den sozialen Praxen sind, die man als Arbeit bezeichnet. Arbeit nach der industriellen Revolution und der Durchsetzung moderner Lohnarbeit ist nicht zu vergleichen mit arbeitsförmiger Betätigung in segmentär oder nach Ständen differenzierten Gesellschaften. Jeweils sind grundlegend verschiedene Welt- und Selbstverhältnisse sowohl Ausgangspunkt als auch Ergebnis der fraglichen Tätigkeiten. Das betrifft auch die spezifische Form der Zuordnung von Personen zu Arbeit. Und zweitens wird zu zeigen sein, dass diese Formen sehr viel besser mit Blick auf den jeweiligen medialen Kontext verstanden werden können.

Intuitiv einleuchtend ist beispielsweise, dass marktförmige Weisen der Zuordnung von Personen zu Arbeit (Arbeitsmärkte) bestimmter medialer Technologien bedürfen. Ohne Aktenführung, Stellenausschreibungen in Zeitungen etc. ist die Arbeitsmarktpaxis in den betreffenden Teilarbeitsmärkten kaum denkbar. Ein einseitiger Fokus auf technologische Aspekte (aka Technikdeterminismus) unterschlägt aber die wirklichkeitskonstituierende Kraft von Medien. Sie sind nicht einfach nur technologische Voraussetzungen der fraglichen Praxisformen. Medien provozieren und privilegieren oder unterdrücken und verunmöglichen vorhandene und auch neue Praxen – mitsamt der entsprechenden Welt- und Selbstverhältnisse. Die

These lautet entsprechend, dass beispielsweise auch Aktenführung, Stellenausschreibung in Zeitungen etc. bestimmte Auffassungen von Arbeit und Arbeitsmärkten wahrscheinlicher machen. Anders gesagt: Die soziale Konstruktion personalpolitischer Grundsätze oder individueller Erwerbsorientierungen ist medial vermittelt. Kurz: Verbreitungsmedien strukturieren den Möglichkeitsraum für Semantik und Praxis arbeitsbezogener Kommunikation.

Die folgenden Probebohrungen sollen anhand ausgewählter Beispiele die Argumentationsweise und die Stichhaltigkeit dieser Perspektive auf Arbeit erst einmal verständlich machen. Worauf es in diesem Kapitel ankommt ist, den Fokus auf Medien zu begründen und als soziologische Fragestellung auszuweisen. Zu diesem Zweck wird zunächst einer der wenigen vorliegenden Ansätze in dieser Richtung referiert. Es handelt sich um Dirk Baeckers systemtheoretisch angelegte Skizze einer Mediengeschichte der Arbeit und der Verteilung von Arbeit auf Personen (vgl. Baecker 2007). Seine These ist, dass neue Verbreitungsmedien den Umgang mit den produktiven und destruktiven Folgen von Arbeit jeweils neu formatieren. In kritischer Würdigung sollen dann einige eigene historische Probebohrungen diesen Ansatz weiterführen und fortentwickeln.

Ohne dabei den Maßstäben historischer Wissenschaft entsprechen zu können und zu wollen, soll gefragt werden: Was kennzeichnet Arbeit und die Verteilung von Personen auf Arbeit in segmentär gegliederten frühneuzeitlichen Sozialformen, im ständisch differenzierten Mittelalter und Ende des 19./Anfang des 20. Jahrhunderts. Und welchen Zusammenhang zu Verbreitungsmedien gibt es? Noch einmal ist an dieser Stelle zu betonen, dass diese Probebohrungen keineswegs als historische Argumentation missverstanden werden wollen. Ohnehin – und hier liegt eine deutliche Differenz zu Baeckers Ausführungen – kann man bestreiten, dass so etwas auf dem gegenwärtigen Erkenntnisstand möglich ist. Es geht anhand einiger Beispiele um die Plausibilität der Perspektive auf Verbreitungsmedien. Die leitende Absicht der folgenden Ausführungen ist, die Relevanz der Frage nach einem internetinduzierten Wandel des Arbeitsmarktes zu begründen.

### **3.2 Baeckers Mediengeschichte der Arbeit**

Kann man Arbeit als Universalie verstehen? Gibt es einen kleinsten gemeinsamen Nenner in den historischen Begriffen von Arbeit und in den entsprechenden Praxisformen? (vgl. Voß 2010) Aus vielfältigen theoretischen und methodischen Gründen müssen diese Fragen schon aus den einleitend skizzierten Argumenten verneint werden. Gerade aus systemtheoretischer Perspektive scheint die Suche nach einem kleinsten gemeinsamen Nenner des Arbeitsbegriffs

schwierig. Dass Arbeit sehr verschiedene soziale Konstrukte bezeichnet, zeigt sich mit Blick auf die polyzentrischen modernen Arbeitsbegriffe, besonders deutlich aber auch im intertemporalen Vergleich. Entsprechende Selbstbeschreibungen moderner Gesellschaft wie auch überlieferte Reflexionen zeugen davon.

Die Frage, was dasjenige ist (oder sein soll), was wir heute als Arbeit bezeichnen, ist schon in vormodernen Zeiten ein Thema. Arbeit ist impliziter und expliziter Gegenstand verschiedenster überlieferter Berichte und Erörterungen. Das Thema wurde bereits von antiken philosophischen Autoren wie Xenophon, Platon oder Aristoteles verhandelt. Arbeit ist hier Merkmal rangniedrigerer sozialer Schichten und gilt als Makel. Im Rahmen mittelalterlicher Gelehrten Diskurse ist Arbeit vor allem in religiöser Hinsicht ein Gegenstand. Es ist der Plan Gottes, dem man sich arbeitend fügt. Die neuzeitliche Auseinandersetzung ist bekanntermaßen von überbordendem Umfang. Inbegriffen ist jeweils auch die Frage, wer wann und wo mit wem welche Arbeit verrichten soll, anders gesagt: wie Personen zu Arbeit zugeordnet werden. (für einen Überblick: vgl. Jochum 2012) Die Zuordnung von Arbeit zu Personen wird je verschieden sozial konstruiert und die jeweiligen Begriffe orientieren sich an je verschiedenen, auch wiederum sozial konstruierten Problemen. Jeweils ist der historisch gegebene, sozialstrukturelle Hintergrund ausschlaggebend.

Aber was für ein Problem wird hier sozial erzeugt? Welchen Charakter hat es und vor allem: welchen Zusammenhang zu den, in einer jeweiligen historischen Situation dominanten Verbreitungsmedien gibt es? Einer der wenigen Autoren, die sich explizit dieser Problemstellung widmet, ist Dirk Baecker. Er beschreibt das Problem mit der Formulierung: „Arbeiten ist gefährlich“ (Baecker 2007: 56). Genauer gesagt: Arbeit (und auch die Zuordnung von Personen zu Arbeit) ist ein sozialer Prozess, der ein gewisses Gefahrenpotenzial für die Gesellschaft birgt. Dieser Gedanke ist einem intuitiven Alltagsverständnis vermutlich zunächst unvertraut und unverständlich – insofern Arbeit spontan als produktive Tätigkeit begriffen wird. Arbeitend wird ein neues Auto, Gesundheit, ein soziologischer Text und vieles mehr, sprich: „der Wohlstand der Nationen“ (Smith 1999) erschaffen. Arbeit gilt also zunächst und zumeist als eine Form menschlicher Tätigkeit, die produktiv ist. Aber wenn Arbeit das produktive Beschaffen gesellschaftlichen Reichtums bezeichnet, worin besteht dann die soziale Gefährlichkeit des Arbeitens?

Baeckers Einwand gegen die produktivistische Sichtweise auf Arbeit ist, dass sie einseitig ist. Arbeit ist ihm zu Folge nur auf der einen Seite produktive Betätigung, sie hat dabei immer

auch eine destruktive Seite.<sup>30</sup> Die Produktion eines neuen Autos bedeutet auch die Vernichtung materialer Ressourcen, die für anderes dann nicht mehr zur Verfügung stehen. GesundheitsarbeiterInnen gefährden auch ihre eigene Gesundheit. Und auch die Arbeit soziologischer AutorInnen hat eine destruktive Seite, „schon deswegen, weil anschließend die Selbstverständlichkeit und Unbekümmertheit nicht mehr zur Verfügung stehen, mit denen man zuvor zuwege ging“ (Baecker 2007: 63).

Die daran anknüpfende These Baeckers lautet, dass die Gesellschaft auch diese destruktive Seite von Arbeit schon immer im Blick hat. Dass Arbeit gefährlich ist, dass sie kontrolliert und sanktioniert werden muss, ist ihm zufolge immer schon ein relevanter Ausgangspunkt der Konstruktion von Arbeitsverhältnissen. Dieses Problem mit der destruktiven Seite von Arbeit mündet dabei in vielen, historisch verschiedenen Formen des Umgangs mit diesem Gegenstand. Es geht darum zu regulieren, wer wann, mit wem und woran arbeitet. Dies alles, um die destruktiven Folgen beherrschbar zu machen. Anders gesagt: es geht darum, Arbeit so zu organisieren, dass sie nicht nur hinsichtlich ihrer produktiven, sondern auch in Bezug auf ihre destruktiven Aspekte reguliert werden kann.

Gesellschaftliche Koordination von Arbeit, ihre Organisation, ist also orientiert an einem sozial erzeugten Problem: an der Kommunikation des Umstands, dass Arbeit sowohl eine produktive wie auch eine destruktive Seite hat. Arbeit in ihrer je verwirklichten historischen Form ist diesem Argument zufolge also nicht nur die menschliche Artikulation eines Kampfes gegen die Natur, um viele begehrte Güter zu erlangen oder gar bloß um zu überleben. Es geht auch nicht bloß, wie im Kontext heutiger Semantik geläufig, um die Überwindung einer psychischen Disposition wie etwa der Faulheit mit entsprechenden organisatorischen Mitteln. Es geht nicht nur um die produktive Überwindung psychischer Hemmnisse, restriktiver Naturgegebenheiten usw. Die Gesellschaft kompensiert mit der Organisation von Arbeit ein wesentlich komplexeres Problem. Zentral ist eben auch die Einschränkung der destruktiven Potenziale von Arbeit.<sup>31</sup> Dort, wo Arbeit für die Gesellschaft gefährlich zu werden droht, wird sie

---

<sup>30</sup> Prominenter Stichwortgeber für diese These ist vor allem Lars Clausen (1988). Ein kritischer Bezug findet sich bei Jäger/Pfeiffer (1996). Die destruktive Seite von Arbeit ist in immer neuen Varianten aber seit langem Teil der soziologischen Kommunikation. Auch heute ist diese Position wieder von großer Bedeutung in der soziologischen Debatte. Etwa unter dem Stichwort der ökologisch-ökonomischen Doppelkrise (Dörre 2013a, 2013b) wird im Kontext der Debatte um die Grenzen des Wachstums kapitalistischer Gesellschaften verschärft auf die zerstörerischen Wirkungen zeitgenössischer Formen des Arbeitens hingewiesen. Mithin halten die Vertreter dieses Zugangs die destruktiven Konsequenzen des Arbeitens unter kapitalistischen Voraussetzungen für so einschneidend, dass sie als Wurzel für weitreichende Krisen oder ausschlaggebender Impuls eines Zusammenbruchs der zeitgenössischen Gesellschaftsform geführt werden.

<sup>31</sup> Gerade auch am Beispiel der Kommunikation von Kritik, die mit den jeweiligen sozialen Verhältnissen einer Zeit kollidiert, ist die These einleuchtend, dass es bei der Organisation von Arbeit immer auch um den Umgang mit destruktiven Potenzialen geht. Wenn Kritik wichtige legitimatorische Fundamente von Gesellschaft infrage stellt, wird sie verhindert. Galileo musste widerrufen, Marx blieb nur die Option des Exils. Für die funktional differenzierte (spät)moderne Gesellschaft ist das Bild aber nicht mehr so eindeutig. Statt kritische Kommunika-

organisatorisch verhindert. Es geht nicht nur darum, so viel wie möglich Arbeit zu provozieren oder zu erzwingen, sondern auch, und fast noch mehr darum, sehr viel Arbeit zu verhindern. Baeckers Argument lautet also, dass Formen der Organisation von Arbeit auf das sozial wahrgenommene Problem der Produktivität und Destruktivität von Arbeit abgestimmt sind. Der soziale Umgang mit Arbeit und die Regulierung der Zuordnung von Personen zu Arbeit sind ihm zufolge Antworten auf eben dieses sozial wahrgenommene Problem der Gefährlichkeit von Arbeit.

Mit dieser Darstellung ist zum einen Folgendes gewonnen. Zunächst lässt sich so eine produktivistische Engführung des Arbeitsbegriffes überwinden. Es geht nicht nur um Produkte und Produktion im Rahmen eines Prozess des Wirtschaftens mit Gütern und Faktoren wie Arbeitskraft. Arbeit ist auch mit Rücksicht auf mögliche destruktive Effekte reguliert. Um es zuzuspitzen: Es geht dieser Perspektive nicht nur um den Mehrwert von Arbeit, sondern auch um ihren ‚Wenigerwert‘. Und die Behauptung ist, dass dieser ‚Wenigerwert‘ mindestens genau so eine Rolle spielt. Gleichzeitig heißt das, dass ein ausschließlicher Fokus auf den Mehrwert – so wie er beispielsweise für die produktivistischen Ansätze der Ökonomik typisch ist – auch nur die halbe Wahrheit ans Licht bringen. Insofern es hier insgesamt um den Versuch geht, einen soziologischen Zugang zum Arbeitsmarkt jenseits von Engführungen der Ökonomik zu finden, ist Baeckers Blick auf destruktive Aspekte durchaus interessant.

Eine tiefergehende Auseinandersetzung mit den Fragen, welche destruktiven Aspekte jeweils wahrgenommen werden und wie ihre Verhinderung gestaltet wird, würde an dieser Stelle zu weit führen. Aber auch ohne diese Fragen im Detail nachzugehen, kann man hier ableiten und als These mitnehmen, dass es im gesellschaftlichen Umgang mit Arbeit nicht nur um Produktivität und ihre ökonomische Ausgestaltung geht. Im Gegenteil, grundsätzlich stehen nur eine Handvoll von Arbeiten und Arbeitsformen außerhalb des Verdachts, einen ‚Wenigerwert‘ mit sich zu bringen. Gerade am Beispiel des Arbeitsmarktgeschehens lässt sich diese These belegen. Um die destruktiven Potentiale kommodifizierter Arbeit einzudämmen, sind die meisten denkbaren Arbeitsformen rechtlich unterbunden, politisch nicht gewollt, aus der Sicht des Gesundheitssystems nicht vertretbar etc. pp. Am Problem der potentiellen und tatsächlichen Destruktivität entladen sich weite Bereiche der gesamten Kommunikation moderner Gesellschaft. Dabei wird jeweils aus einer anderen Perspektive und mit einem jeweils anderen Begriff von Arbeit kommuniziert. Und jeweils geschieht dies kontrafaktisch, also auch, wenn die Intentionen jeweils scheitern. Gerade unter dem Vorzeichen neoliberaler Aktivie-

---

tion auszuschließen, wird sie offensichtlich häufig assimiliert und produktiv gewendet (vgl. z.B. das Argument von Boltanski/Chiapello 2006 zur Sozial- und Künstlerkritik).

rung muss man dies konstatieren, ist es doch alles andere als selbstverständlich, wenn etwas nicht in Orientierung an Produktivität kommuniziert wird.

Jedenfalls öffnet der Zugang über die konstitutive Gleichzeitigkeit von Produktivität und Destruktivität von Arbeit den Blick für die Vielzahl relevanter sozialer Dimensionen. Formen der Regulierung von Arbeit sind in wirtschaftlicher Hinsicht und für die gesamte Gesellschaft relevant. Arbeit und ihre Verteilung macht in der modernen Gesellschaft in ökonomischer Hinsicht Sinn, aber auch für (fast) alle anderen gesellschaftlichen Subsysteme. Über das konzeptionelle Vehikel der Zweigesichtigkeit von Arbeit lässt also auch eine konsequente Sozialisierung des Themas erreichen. Fragen des Umgangs mit Arbeit und der Zuordnung von Personen zu Arbeit sind nicht nur (aber auch) legitimer Gegenstand wirtschaftstheoretischer Modelle oder wirtschaftssoziologischer Forschung. Sie besitzen gesamtgesellschaftliche Relevanz und sind somit auch selbstverständliches Thema weiterführender soziologischer Reflexionen.<sup>32</sup>

Baeckers Zugang empfiehlt sich für die hier zentralen Fragestellungen aber noch aus einem weiteren, damit zusammenhängenden Grund. Seine Konzeption öffnet das Thema Arbeit und Zuordnung von Personen zu Arbeit für genuin soziologische Fragen nach der Rolle von Verbreitungsmedien. Mit dem Hinweis auf die Gefährlichkeit von Arbeit ist dann auch die Möglichkeit verbunden, mehr als die ökonomische Dimension der Erfindung neuer Verbreitungsmedien zu betrachten.

Um diesen Punkt nachzuvollziehen, ist es zunächst hilfreich, kurz einen Blick darauf zu werfen, wie neue Verbreitungsmedien und ihre Bedeutung für die Arbeitswelt gemeinhin thematisiert werden. Gerade am Beispiel Internet und Arbeitsmarkt geschieht dies in einer Form, in welcher die produktiven und damit ökonomischen Aspekte deutlich in den Vordergrund gestellt werden. Teilweise euphorisch wird das Internet am Arbeitsmarkt als ultimative effizienzsteigernde Technologie gefeiert (vgl. Kap. 2). Forschungen zum Thema greifen diese Sichtweise auf, hinterfragen sie zum Teil kritisch und bleiben aber doch diesem Paradigma

---

<sup>32</sup>In der Soziologie ist dies nichts Neues. Auch die soziologischen Klassiker setzen mit unterschiedlichen Akzentuierungen hier an. Dies gilt zum Beispiel schon für Marx, der Arbeit von „vornherein als gesellschaftliche Arbeit“ (Marx 1962, S. 44) versteht. Auch Webers Gedanke, dass tradierte religiöse Vorstellungen den entscheidenden Hintergrund für die spezifische Form moderner kapitalistischer Arbeit darstellen, (vgl. Weber 2005) kann man so verstehen. Denn anders formuliert sind es wirtschaftsexogene soziale Prozesse (hier: religiöse), die den entscheidenden Akzent setzen. Das Verständnis von Arbeit und der Umgang mit ihr sind nur aus der Perspektive auf gesamtgesellschaftliche Prozesse zu erklären. Für viele weitere SoziologInnen ist dies ein geläufiger Topos. Gerade aber im Kontext arbeits- und arbeitsmarktsoziologischer Forschung lohnt es sich aber, daran zu erinnern, gibt es hier doch eine Tendenz zur Reduktion auf ökonomische Facetten. In der Arbeits(markt)soziologie werden soziale Prozesse in der Arbeitswelt und am Arbeitsmarkt häufig primär mit Konzepten aus der Ökonomik erklärt (vgl. Abraham/Hinz 2005). Das legitime Argument für dieses Vorgehen lautet, dass mit Theorien mittlerer Reichweite – hier mit solchen, die ökonomische Aspekte in den Vordergrund stellen – gehaltvolle empirische Erklärungen möglich werden. M. E. besteht aber die Gefahr, so die gesamtgesellschaftlichen Zusammenhänge aus dem Blick zu verlieren.

verhaftet. Auch andere Verbreitungsmedien, wie zum Beispiel persönliche Kontakte, Zeitungsannoncen usw., werden am Maßstab von Effizienz und Produktivität gemessen. Aus dem Blick gerät auf diese Weise, welche gesamtgesellschaftliche Bedeutung verschiedene Verbreitungsmedien haben.

Die These wäre, dass sich durch die Erfindung eines neuen Mediums nicht nur in der ökonomischen Dimension etwas verändert. Systemtheoretisch gesprochen: die Kommunikation von Arbeit über je verschiedene Medien betrifft nicht nur das Funktionssystem Wirtschaft sondern auch andere Sozialsysteme. Denn Arbeit wird, wie in der Einleitung gezeigt, unter modernen Vorzeichen kontextabhängig verstanden und kommuniziert. In modernen ausdifferenzierten Sozialsystemen bedeutet Arbeit konstitutiv je etwas Verschiedenes. Folgerichtig bewirken medial getriggerte Veränderungen in der Kommunikation von Arbeit auch multiple, je Sozialsystem qualitativ anders verlaufende Variationen. Eine konzeptionelle Strategie, die sich primär am Maßstab von Produktivität und Effizienz orientiert, ist demnach auch hinsichtlich des Themas Medien unvollständig und fragwürdig.

Baeckers Hinweis auf die Koexistenz einer produktiven und einer destruktiven Seite von Arbeit stellt also einen konzeptionellen Rahmen zur Verfügung, der einen entscheidenden Vorteil hat. Er erlaubt die Analyse des Einflusses von Verbreitungsmedien ohne ökonomische Engführungen, aber auch ohne den Eigensinn der ökonomischen Dimension infrage zu stellen. Beobachten lässt sich so, dass je Verbreitungsmedium das ganze Spektrum arbeitsbezogener Begrifflichkeiten sowie entsprechende Möglichkeitsräume für soziale Praxisformen variiert werden. Man könnte dies auch als Soziologisierung des Zugangs zum Thema bezeichnen. Die Idee ist also erstens, dass für eine soziologische Perspektive auf diese Angelegenheit produktivistisch-ökonomistische Reduktionismen vermieden werden müssen. Und zweitens, dass Verbreitungsmedien arbeitsbezogene Prozesse sozialer Konstruktion unterschiedlich akzentuieren.

Baecker erweitert diesen Ansatz dabei um ein diachrones Argument. Für ihn sind das Problem der Produktivität und Destruktivität von Arbeit sowie der Zusammenhang zu Medien nicht nur für moderne Formen des Arbeitens ausschlaggebend. Seine These ist, dass in jeder historischen Situation auf eben jenes Problem reagiert wird und dass Medien jeweils den Sinnhorizont dafür festlegen. Jeweils bestimmen Medien also Möglichkeiten und Grenzen für die Organisationen von Arbeit. Baecker fasst dies als Impuls für eine Mediengeschichtsschreibung der Organisation von Arbeit auf. Mit seinen Worten: „Im Hinblick auf eine Mediengeschichte der Gesellschaft, (...) lässt sich leicht feststellen, dass die (...) soziale Form der

Kommunikation über Arbeit eine je unterschiedliche Struktur und Semantik erhält“ (Baecker 2007: 64).

Baecker geht bei der Umsetzung dieses Programms in (vielleicht zu) großen Schritten vor und blickt über mehrere Jahrtausende. Er unterscheidet idealtypisch vier Phasen: „eine orale Stammesgesellschaft, eine literale aristokratische Gesellschaft, eine moderne Buchdruckgesellschaft“ und schließlich mit prognostischer Geste eine „nächste Gesellschaft“. Diese sei seit der Erfindung vernetzter Computer im Begriff zu entstehen, die „nächste Gesellschaft“ werde also mit dem Computer als Leitmedium zurechtkommen müssen. Pro Phase seien typische soziale Praxen des Umgangs mit dem sozial erzeugten Gegenstand Arbeit zu beobachten. Jeweils bestimmt der Charakter des dominanten Verbreitungsmediums den kommunikativen Möglichkeitsraum und damit entsprechende Kulturformen und sozialstrukturelle Eigenschaften. Im Einzelnen zeichnet Baecker folgendes Bild:

- Orale Gesellschaften sind Stammesgesellschaften, die mit dem Problem der relativen Unkontrollierbarkeit mündlicher Interaktion umgehen müssen. Darauf reagiert die Gesellschaft mit der Kulturform des Rituals. Das löst das Problem der Unkontrollierbarkeit, legt die Gesellschaft aber auf entsprechend wenig komplexe Formen fest. Dies trifft auch für Arbeit zu. Die Zuordnung von Personen zu Arbeit folgt hauptsächlich der rituell vermittelten und gebundenen Wahrnehmung natürlicher Gegebenheiten. Arbeit ist ritualisierte Beschäftigung. *Reine Oralität provoziert also die Dominanz von Ritualen und diese strukturieren arbeitsförmige Betätigungen mit entsprechend geringer Komplexität.*
- Gesellschaften, die über Schrift verfügen, können für die Kontrolle von Arbeit komplexere Formen entwickeln. Beispielsweise die Möglichkeit, mit Abwesenden zu kommunizieren, erlaubt es, sehr viel differenziertere Statuszuweisungen vorzunehmen. Der Umgang mit Arbeit wird institutionalisiert und herrschaftlich organisiert. Ausbeutung, Spezialisierung von Arbeit und artifiziellere Regeln der Zuordnung von Personen zu Arbeit sind Kennzeichen dieser historischen Form. *Schrift befördert institutionalisierte Herrschaft, z.B. über ArbeiterInnen.*
- Der Buchdruck sorgt für einen Impuls, in dessen Folge das Primat hierarchischer Strukturen abgelöst wird. Dies etwa, weil massenhaft vorhandene Literatur die Kommunikation von Kritik stark erleichtert.<sup>33</sup> So geraten die Legitimationsnarrative gesamtgesellschaftlicher Hierarchien unter Druck. Das Primat von Hierarchien wird von einer Sachordnung, sprich: funktionaler Differenzierung, abgelöst. Auch Arbeit und die Zuordnung von Personen zu Arbeit wird Gegenstand von Kritik und muss sich etwa am Maßstab von Produktivität messen lassen. *Der Buchdruck sorgt für eine Umstellung auf Sachordnungen, an denen nun auch auf Arbeit bezogene Kommunikation orientiert ist.*

---

<sup>33</sup> In der Forschung zu Verbreitungsmedien ist die These des engen Zusammenhangs zwischen Buchdruck und Kritik einer der am meisten und besten erforschten Gegenstände (vgl. Giesecke 1991; McLuhan 1997; Winkler 2005; Esposito 2002; Luhmann 1997).



Folgt man Baecker weiter, so löst der Computer wie schon angedeutet den nächsten verbreitungsmedial induzierten Evolutionsschub aus. Mit welchem Ergebnis ist natürlich derzeit offen. Sicher ist mit Baecker und vielen anderen mediensoziologischen Autoren die Auffassung zu teilen, dass die Erfindung vernetzter Computer erneut einen wichtigen Impuls in der Mediengeschichte darstellt. Die These dieser Arbeit ist, dass insbesondere schon existierende, am Selbst ausgerichtete Formen der Subjektivierung radikalisiert werden und es zu einem entsprechenden Wandel der Selbst- und Weltverhältnisse kommt. Im Umgang mit Arbeit und der Zuordnung von Personen zu Arbeit etablieren sich Kommunikationsformen, die je nach tradiertem kommunikativen Milieu, also je nach den Gegebenheiten eines Teilarbeitsmarktes, das Vertrauen in soziale Institutionen schwächen und das Selbst als einzigen Zurechnungspunkt für die Legitimation von arbeitsmarktbezogenen Entscheidungen installieren. Vernetzte Computer öffnen, so die These, einen neuen, um das Selbst der Arbeitskraft zentrierten Möglichkeitsraum für Arbeit.

Baecker legt sich hier weniger fest und behauptet lediglich die Entwicklung eines Umgangs mit Arbeit, der auf einer „Kultur der Form“ (Baecker 2007, S. 62) ruhen soll. Der Gedanke ist, dass nicht nur der Arbeit an etwas, sondern auch der Frage, in welcher Form an etwas gearbeitet wird, Aufmerksamkeit zuteil wird. Gleiches würde dann auch für die Frage der Zuordnung von Personen zu Arbeit gelten. Ein naturwüchsiges Bestimmt- oder arbeitssoziologischer ausgedrückt: Berufensein für eine Position in einer bestimmten Organisation wird in der alltäglichen Arbeitsmarktkommunikation nachrangiger, ein reflexiver Umgang mit arbeitsmarktbezogenen Entscheidungen wichtiger. Insofern diese These sich ohne große Schwierigkeiten auch individualisierungstheoretisch als ‚Reflexivwerden‘ von Arbeitsmarktkommunikation gut übersetzen ließe und dazu ein reflexives Arbeitskraft-Selbst als Kategorie mitgeführt werden müsste, liegen Baeckers Andeutungen auch auf der Linie der Thesen dieser Arbeit. Baeckers Ausführungen bleiben hier jedenfalls unklar.

Dieser knapp gehaltene Überblick über eine Mediengeschichte Baeckerschen Zuschnitts macht zunächst einmal folgendes deutlich. Eine Konzeption, die auf das Zusammenspiel eines soziologischen Arbeitsbegriffs mit einem Blick auf Verbreitungsmedien angelegt ist, kann sehr ertragreich sein. Noch einmal das Argument: Arbeit ist gefährlich und muss deshalb sozial reguliert werden. Verbreitungsmedien spannen den Möglichkeitsraum für die Formen der Kommunikation von Arbeit und der entsprechenden Regulationsweisen auf. Beispielsweise moderne Arbeitsmärkte sind ein Phänomen, das bestimmte Verbreitungsmedien voraussetzt. Stünde z.B. nur mündliche Interaktion unter Anwesenden zur Verfügung, würde es sie nicht

geben. Arbeitsmärkte sind aufgrund ihrer Komplexität nur kommunizierbar, wenn auch zeitlich und räumlich abwesende Personen adressiert werden können.

Verbreitungsmedien kommen aber nicht nur als Bedingung der Möglichkeit ins Spiel. Ihre charakteristischen Eigenschaften provozieren auch bestimmte Lösungen für den Umgang mit Arbeit. Massenhaft vervielfältigte Schrift (Buchdruck) befördert die Vermarktlichung von Arbeitskraft aus Gründen, die sich verschieden darstellen lassen. So könnte man parallel zu Luhmanns Skizze des Zusammenhangs von Verbreitungsmedien und Sozialstruktur (vgl. Luhmann 1997) wie folgt argumentieren: Massenhaft verfügbare Literatur verschafft der Kommunikation von Kritik große Bedeutung. Kritik führt dazu, dass sachlich begründbare Lösungen in den Vordergrund treten. Anstelle von sozial werden jetzt sachlich legitimationsfähige Formen der Zuordnung von Personen zu Arbeit privilegiert. Adelstitel und dergleichen verlieren an Bedeutung; das Verhältnis von Angebot und Nachfrage, Bildungskapital und Qualifikationen, die rechtliche oder politische Dimension von Beschäftigungsverhältnissen sowie die Orientierungen an Arbeitsglück und Selbstverwirklichung werden wichtig. Je nach Funktionssystem wird die Zuordnung von Personen zu Arbeit anders, aber immer sachlich verstanden.<sup>34</sup> Oder noch einmal mit Baecker ausgedrückt: Arbeitsmärkte sind eine historisch kontingente Form des kritisch-sachlichen Umgangs mit dem Problem, dass Arbeit gefährlich ist. Und diese Form ist ohne das Verbreitungsmedium der gedruckten Schrift nicht zu haben.

### **3.3 Mediengeschichte ohne unizistischen Arbeitsbegriff**

Baeckers Konzeption lässt aber auch Fragen offen. Ob alle Gesellschaftsformen tatsächlich, wie Baecker meint, im Grunde Varianten einer „Arbeitsverhinderungsgesellschaft“ sind (Baecker 2007: 57), bleibt zunächst eine Hypothese. Ausgangspunkt der Argumentation Baeckers ist der Einwand, dass uns die heutige Gesellschaft nur aufgrund einer „optischen Täuschung“ (ebd.) als Arbeitsgesellschaft erscheint. Vielmehr gehe es aufgrund der Gefährlichkeit von Arbeit immer auch darum, Arbeit zu verhindern. Dies verallgemeinert er. In Wahrheit seien alle Gesellschaften schon immer Arbeitsverhinderungsgesellschaften, die Ar-

---

<sup>34</sup> In der Arbeitssoziologie dominieren andere Erzählungen. So fragt eine lange Tradition soziologischer Forschung im Anschluss an Webers These einer vom Protestantismus getriebenen modernen Arbeitswelt (Weber) beispielsweise nach dem „Geist des Kapitalismus“ (Boltanski/Chiapello 2006). Ein anderer Ansatz ist der Ansicht verpflichtet, Geschichte sei eine Abfolge von Klassenkämpfen (Marx), und setzt die Dimension sozialer Ungleichheit, die ja empirisch zweifelsohne von außerordentlicher Bedeutung ist, auch theoretisch ins Zentrum. Die systemtheoretische Kritik an diesen und anderen Ansätzen wäre dabei nicht, dass diese Ansätze grundsätzlich falsch lägen, sondern dass sie jeweils nur eine Seite funktionaler differenzierter moderner Wirklichkeit thematisieren. Mit der These funktionaler Differenzierung soll also die Bedeutung sozialer Ungleichheit überhaupt nicht marginalisiert werden. Die Behauptung ist nur, dass diese in modernen Gesellschaften nicht als primär strukturierendes Moment gesehen werden kann (vgl. Luhmann 2008: 72-131).

beit ihrer ausgeprägten Destruktivität wegen umfänglich regulierten. Mit dieser Auffassung gerät Baecker aber gefährlich nah an einen unizistischen Arbeitsbegriff, der aus mit Blick auf die These funktionaler Differenzierung kaum zu halten ist und den er selbst an anderer Stelle aus diesem Grund ablehnt.

Gegen einen unizistischen Arbeitsbegriff spricht die sowohl synchron als auch diachron gemeinte sozialkonstruktivistisch-systemtheoretische These, dass Arbeit in unterschiedlichen gesellschaftlichen Kontexten je verschieden verstanden wird. So ist, wie Baecker selbst auch schreibt, beispielsweise unklar, ob man die fraglichen Tätigkeiten im Kontext oraler Gesellschaften überhaupt als Arbeit bezeichnen kann. Vielmehr handele es sich um Ereignisse im Rahmen von Ritualen (Baecker 2007: 65). So kann man auch bezweifeln, dass orale Gesellschaften tatsächlich eine Idee von der Gefährlichkeit arbeitsförmiger Tätigkeiten hatten. Gerade auch aus verbreitungsmedientheoretischen Gründen ist davon aber nicht auszugehen. Mündliche Kommunikation unter Anwesenden tendiert zur Ritualisierung. Und ritualisierte Tätigkeiten haben aber – so die These dieser Arbeit – ein so geringes Gefährlichkeitspotenzial, dass es gesellschaftlich keine Rolle spielt. Darauf wird im Folgenden noch im Einzelnen eingegangen.

Fraglich ist zunächst aber auch, ob der von Baecker eingeschlagene Weg einer Mediengeschichtsschreibung tatsächlich in belastbaren Ergebnissen münden kann. Zweifel entzündeten sich an folgenden Fragen: Ist sein Typologie nicht zu grob? Beispielsweise kommt Schrift historisch in den verschiedensten Zusammenhängen vor. Macht es dann nicht einen Unterschied, ob Schrift lediglich zur Dokumentation von wirtschaftlichen Vorgängen (vulgo: Buchhaltung) oder als magisches Dokument eines göttlichen Wortes (Bibel) im Spiel ist? Zumindest scheint der Unterschied zwischen der Nutzung von Schrift in einer modernen, polykontextural gebundenen Organisation oder in einer analphabetischen, jedoch von Schriftreligion garantierten lehnsherrschaftlichen Arbeitsorganisation evident. Und welche Rolle spielen Zwischenformen? Kann es immer nur ein Leitmedium geben? Problematisch ist also, dass das mutagene Potential der thematisierten Verbreitungsmedien von Baecker implizit immer auf gleichem Niveau angesetzt wird. Offensichtlich gibt es aber deutlichen Anlass, jeweils von unterschiedlich starker Ausprägung des Impacts eines neuen Verbreitungsmediums auszugehen und hier zu differenzieren.

Vor dem Hintergrund dieses Zweifels könnte man weiter fragen, ob Baeckers Typologie wichtige Unterschiede auch gebührend sichtbar werden und von unwichtigeren absetzt? Demgemäß: Ist die Differenz zwischen einer Buchdruckgesellschaft und historisch älteren Formen nicht viel entscheidendere? Sind alle anderen Unterschiede demgegenüber nicht se-

kundär? Man könnte entsprechend argumentieren, dass nur die bloße Existenz von Schrift das Primat von Oralität nicht bricht. Beispielsweise ein Blick auf die Praxis in mittelalterlichen Kopieranstalten verdeutlicht das. Ein Sprecher (!) diktiert den Kopisten den fraglichen Text. Damit sind trotz Schrift orale Formen der Kommunikation fundamental. Nimmt man hinzu, dass der überwiegende Teil der Kommunikation in dieser Zeit mündlich und unter Anwesenden erfolgte (der weitaus größte Teil der mittelalterlichen Bevölkerung bestand aus Analphabeten), verstärkt sich dieser Eindruck. Der statische Charakter einer mittelalterlichen, ständisch verfassten Sozial- und Arbeitsordnung steht ähnlich wie im Fall rein oraler Verhältnisse für die Marginalität von Kritik und sachlichen Lösungen. Eine orale Stammesgesellschaft und eine literale aristokratische Gesellschaft, in der analphabetische Formen sozialer Praxis dominieren, eint demzufolge mehr, als es Baeckers Einteilung suggeriert.

Als heuristisches Prinzip überzeugt Baeckers Konzeption dennoch. So kann man zwar die ahistorische Identität eines sozialen Problems (der Gefährlichkeit von Arbeit) bestreiten. Trotzdem kann man die Auffassung vertreten, dass die Betrachtung der Prozesse sozialer Konstruktion von Arbeit auf der Folie von Verbreitungsmedien Licht ins Dunkel bringen. Das Argument, auf das es hier ankommt, ist, dass Verbreitungsmedien den Horizont für arbeitsbezogenen Praxisformen, die dann auch die Zuordnung von Personen zu Arbeit anbelangen, aufspannen. Die Bedenken an der Stichhaltigkeit der mediengeschichtlichen Typologie Baeckers kann man als Indiz für einen weiteren Differenzierungsbedarf werten. Die Schlussfolgerung aus den geschilderten Zweifeln lautet also, dass eine bündige Mediengeschichte von Arbeit derzeit schlecht möglich ist. Die folgenden eigenen Probebohrungen sollen entsprechend einen Weg skizzieren, die fundamentalen Differenzen zwischen historischen Arbeitsbegriffen ernst zu nehmen und gleichzeitig die Rolle von Verbreitungsmedien zu betrachten. Einige der Annahmen Beckers werden auf diesem Weg bestätigt, andere müssen reformuliert oder widerlegt werden.

### **3.4 Oralität und Arbeit**

Wie groß die Differenzen zwischen den verschiedenen historischen Auffassungen von Arbeit sind, sieht man aus der Vogelperspektive auf große Zeiträume. Einen maximalen Kontrast zur heutigen Situation erhält man, wenn man auf arbeitsförmige Tätigkeiten im Paläolithikum blickt. Soziale Praxis vor der neolithischen Revolution (Erfindung von Ackerbau und Viehzucht) scheint von segmentären Sozialordnungen und mythischen Wissensformen (Ritual) geprägt gewesen zu sein. Typisch für mythisch stabilisierte Semantik sind dabei Weltverhält-

nisse, in denen die einzelnen Elemente der Welt in der Form autonomer Subjekte begegnen. Folgt man einschlägigen Forschungen, so waren subjekthafte Anschauungsformen auch der Hintergrund für arbeitsförmige Tätigkeiten dieser Zeit. Im Vollzug von Tätigkeiten bezog man sich auf eine subjekthafte, animistisch/biologistisch begriffene Umwelt. Anders gesagt: Arbeitsförmige Betätigung war nicht ein Abarbeiten an Objekten als gegenständlich gegebenen Weltgehalten. Vielmehr handelt es sich um ein Sich-einlassen auf Tiere, Holz, Beeren, Feuer im Modus der Begegnung mit etwas Subjekthaften.<sup>35</sup>

Den ‚ArbeiterInnen‘ dieser Zeit begegneten Weltgehalte vermutlich als ein machtvolles Ensemble aus eigensinnigen Existenzen, mit denen ein ‚interaktiver‘ Umgang gepflegt wurde. Dieser, vom Mythos legitimierte subjekthafte Status der Adressaten von Arbeit verträgt sich nicht mit der Idee, sich ihnen arbeitend entgegenzusetzen. Die moderne Idee, dass es einen kategorialen Unterschied zwischen Arbeitsobjekt und -subjekt gibt, hat in dieser Weltsicht keinen Platz. Tätiger Mensch und der Gegenstand der Tätigkeit sind auf Augenhöhe und begegnen sich daher im Modus der Interaktion (ebd.). Einfinden und Nachahmen waren entsprechend vermutlich die primären Modi des ‚arbeitenden‘ Umgangs mit diesen Natursubjekten (vgl. Jochum 2010; Hahn 2000).

Dies nachzuvollziehen ist sicher von heute aus kaum möglich - schon allein, weil sich derart fremde Vorstellungen mit heutiger Sprache kaum erfassen lassen. Man kann aber wissen, dass arbeitsförmige Tätigkeiten offenbar im Vorhinein durch mythisch tradierte, „archetypische Gründungsakte“ auf stark redundante Formen des Umgangs mit den Arbeitssubjekten festgelegt waren. Ihren Sinn fanden diese Tätigkeiten in ihrer stetigen Wiederholung, die als ritualisierte „Regeneration“ des Kosmos eine Teilhabe an dessen magischer Kraft“ bedeutete. (vgl. Jochum 2010: 86) Schon an dieser Stelle bestätigt sich die Notwendigkeit eines multiplen Arbeitsbegriffes. Wenn man diese Tätigkeiten als Arbeit bezeichnen möchte, dann hatte Arbeit in diesem Kontext eine grundlegend andere Bedeutung als zu späteren Zeiten. Gegenstandshorizont der Arbeit war nicht eine form- und veränderbare Welt, ein manipulierbares Gegenüber. Arbeit im mythischen Kontext ist im Grunde sinnvoll nur als ein Vollzug pathischen Verkehrs mit magischen Wesen zu bezeichnen. Erst mit der Entzauberung (Objektivierung) der mythischen Welt erübrigt sich schrittweise dieser pathische Bezug auf die Subjekte der Arbeit. Adorno und Horkheimer charakterisieren den Unterschied mit der folgenden prä-

---

<sup>35</sup> Als Beispiel für eine Vielzahl entsprechender anthropologischer Befunde sei hier auf die Forschungen von Nurit Bird-David zu Jägern und Sammlern verwiesen. Er resümiert zu deren Weltbild: „They view their environment as giving, and their economic system as characterized by modes of distribution and property relations that are constructed in terms of giving, as within family, rather than in terms of reciprocity, as between kin“ (Bird-David 1990: 189). So ist beispielsweise der Wald in dieser Form des Weltbezugs mit Elternschaft assoziiert – und das inklusive Versorgungsgarantie. Der Wald ist das Subjekt, welches zur Verfügung stellt, was benötigt wird.

nanten Formel: „Natur soll nicht mehr durch Angleichung beeinflusst, sondern durch Arbeit beherrscht werden“ (Horkheimer/Adorno 1988: 22).

Folgt man der paradigmatischen Auffassung von Horkheimer und Adorno weiter, kommen wiederum die Grenzen eines unizistischen Arbeitsbegriffs in den Blick. Diesen (und viele weiteren) Autoren gilt arbeitsförmige Betätigung im mythischen Zeitalter notwendigerweise als Überlebenskampf. So skizzieren sie in der zitierten Schrift ein entsprechend düsteres Bild. Das mythisch überlieferte religiöse Prinzip des „Mana“ verstehen sie als „das Echo der realen Übermacht der Natur in den schwachen Seelen der Wilden“ (ebd.: 19). Die magischen Wesen, mit denen sich „der Wilde“ in Beziehung setzt, diktieren demzufolge als unbarmherzige, rohe Naturerscheinungen diesen Weltbezug. Ängste vor Not und Katastrophen bilden die Grundstimmung und motivieren zum arbeitenden Überlebenskampf.

Das Problem dieser Deutung der mythischen Weltverhältnisse und des daraus abgeleiteten Begriffs von Arbeit als Überlebenskampf ist dabei folgendes. Das Konzept der bedrohlichen Natur läuft erstaunlich parallel zu der heute fest etablierten Überzeugung, dass die zum Überleben notwendigen Güter immer schon knapp sind. Knappheit wird von vornherein als strukturierendes Prinzip gesetzt. Arbeit kann so nichts anderes als eine demütige Geste um des schieren Überlebens willen sein. Tatsächlich scheint diese Auffassung der mythischen Weltverhältnisse von einem starken Ethnozentrismus geprägt, und zwar nicht nur dem Wortlaut nach. Denn während es bei Horkheimer und Adorno „der Ruf des Schreckens [ist], mit dem des Ungewohnte erfahren wird“ (ebd.), verweisen neuere Forschungen darauf, dass die Welt der „Wilden“ gar nicht so wild und schrecklich war. Schon der Wirtschaftsanthropologe S. Marshall betont, dass ein solcher Existenzdruck auf der Basis umfänglicher Knappheit nur selten existierte. Im Gegenteil, seine einflussreiche These von der „ursprünglichen Überflussgesellschaft“ besagt, dass vergleichsweise wenig Zeit zur Überlebenssicherung aufgewandt wurde: „The most obvious, immediate conclusion is that the people do not work hard. The average length of time per person per day put into the appropriation and preparation of food was four or five hours. Moreover, they do not work continuously. The subsistence quest was highly intermittent“ (Marshall 1972: 15).

Das Bild des hart arbeitenden Urzeitmenschen, der die zum Überleben notwendigen knappen Güter nur unter großen Mühen einer äußerst bedrohlichen Natur abringt, müsste demzufolge revidiert werden. Zumindest bestätigt sich die Vermutung, dass es sich hier um eine ethnozentristische Projektion handelt. Fälschlicherweise wird ein heute evidenter Arbeitsbegriff als anthropologische Konstante behandelt. Ein zentraler Anker des heutigen Arbeitsbegriffes ist die tief verwurzelte Vorstellung, alles sei knapp – so auch Arbeitskraft. Das Kon-

zept der Knappheit scheint aber eine untergeordnete und unbedeutende Rolle gespielt zu haben, wenn es überhaupt bekannt war. Etwa vor dem Hintergrund der These intermittierender Beschäftigung mit Nahrungsmittelbeschaffung scheint es jedenfalls nicht haltbar, von einer sonderlich drängenden Knappheit auszugehen. Arbeitsförmige Betätigung als pathischer Bezug auf die umgebenden subjekthaften Wesen ist nicht forciert durch den Schrecken der Knappheit, sondern unproblematisches Element von sozialer Praxis.

Bezieht man diese Gedanken noch einmal auf Baeckers Konzeption der Gefährlichkeit von Arbeit zeigen sich deutlich dessen Grenzen. Wenn arbeitsförmige Betätigung ein unproblematisches Element von sozialer Praxis darstellt, dann ist es wenig plausibel, davon auszugehen, alle Gesellschaften seien im Grunde Arbeitsverhinderungsgesellschaften. Falls beispielsweise Marshalls These der Überflussgesellschaft zutrifft, dann gibt es kein Problem, auf das mit einer spezifischen Form des Umgangs mit Arbeit reagiert werden müsste. Deutlicher wird dies noch einmal, wenn man die Rolle des Verbreitungsmediums mündliche Kommunikation unter Anwesenden hinzudenkt.

Der Konnex zur Frage nach Verbreitungsmedien ist ein zweifacher. Erstens kann man über die Validität der zitierten Forschungsergebnisse reflektieren. Dabei stößt man unweigerlich auf Probleme mit Verbreitungsmedien von Kommunikation. Denn die Quellenlage zu diesen Einschätzungen ist naturgemäß schlecht.<sup>36</sup> Das Problem mit den medialen Zeugen für mythisches Arbeiten ist eher erkenntnistheoretischer Natur und soll hier hinten angestellt werden. Ein zweiter Punkt zielt direkter auf die These der Medialität sozialer Praxisformen arbeitsförmiger Betätigung. Ausgangspunkt ist die Frage, wieso mythische ‚Arbeit‘ im Horizont eines relativen Überflusses stattfindet? Wieso bleiben Bedürfnisse auf einem steinzeitlich niedrigen Niveau über lange Zeit stabil, so dass ‚Arbeit‘ unproblematisch erscheint?<sup>37</sup> Oder andersherum: Wieso bleibt das Konzept der Knappheit unbedeutend (falls es überhaupt in irgendeiner Form bekannt war) (Hahn 2000: 28)? Und was lässt die skizzierte Auffassung mit- samt der entsprechenden, segmentierten Sozialstruktur über derartig lange Zeiträume stabil bleiben? Mit Blick auf Verbreitungsmedien soll im Folgenden argumentiert werden, dass die spezifischen Eigenschaften oraler Kommunikation hier eine zentrale Rolle spielen. So erscheint das heutige Konzept von Knappheit aus einer solchen Perspektive als eine semanti-

---

<sup>36</sup> Es existieren zwar Forschungen zu zeitgenössischen Sozialformen, die von steinzeitlichen Lebensverhältnissen gekennzeichnet sind. So scheint die Diagnose einer unproblematischen, phatisch begriffenen Beschäftigung mit subjektivierter Umwelt zumindest für heute noch existierende mystische Gesellschaften belegbar. Aber der Rückschluss auf die Verhältnisse im sogenannten mythischen Zeitalter bleibt fragwürdig. Mangels schriftlicher Zeugnisse ist hier ein Maß an interpretatorischen Schritten notwendig, das einen hohen spekulativen Anteil an den gewonnen Erkenntnissen bedeutet. Ob ‚katastrophische Natur‘ oder ‚Überflussgesellschaft‘ ist mit den wenigen vorhandenen Daten und ohne primäre Schriftzeugnisse letztlich schlecht zu entscheiden.

<sup>37</sup> Wie beispielsweise ethnologisch forschende Linguisten belegen, scheint es keinen Begriff für Arbeit gegeben zu haben (vgl. Everett 2010).

sche Invention, die sich kaum in den oralen Kulturen des mythischen Zeitalters ereignen kann.

Kurz gesagt: Ohne Literalität ist Knappheit unwahrscheinlich, Arbeit als Beschäftigung im Horizont von Knappheit auch und entsprechend eine organisierte Zuordnung von Personen zu Arbeit demzufolge ebenso. Ohne Literalität gibt es kein soziales Problem der Arbeit und der Zuordnung von Personen zu Arbeit. Folgende Argumente lassen sich hier veranschlagen:

- Ein erster Punkt ist folgender: Knappheit ist nicht zu verwechseln mit Endlichkeit. Selbstverständlich sind auch die in mythischen Verhältnissen zur Verfügung stehenden Ressourcen endlich. Sie sind nur in einer bestimmten Menge vorhanden. Endliche Mengen müssen aber als Knappheiten in den Blick kommen, bevor daran „soziale Regulierungen anschließen können“ (Luhmann 1988: 177). Z.B. Luft ist immer nur in endlicher Menge vorhanden. Erst die kommunikative Entdeckung von Luft als knappes Gut lässt aber ein solches Konzept wie Emissionshandel sinnvoll erscheinen. Luft ist nicht per se kommodifiziert. Parallel wie sich für viele, vielleicht für die meisten Weltgehalte in mythischen Verhältnissen argumentieren. *Knappheit ist ein soziales Konstrukt.*
- Ein anderer, zweiter Punkt ist dieser: Gesellschaften ohne literale Verbreitungsmedien sind vor allem durch redundante Kommunikationsformen gekennzeichnet. Ohne ständige Wiederholungen würden flüchtige Gesprächsinhalte schnell vergessen. „Rituale, Feste und Mythen“ (Boehme-Neßler 2009: 23) erzeugen stetig diese Redundanz und fungieren als einziger Weg, um das gesamte verfügbare Wissen zu speichern und zu tradieren. Neuerungen sind gefährlich und werden vermieden weil sie der Tendenz zur Redundanz zuwider laufen. Sie können nur um den (hohen) Preis des Vergessens anderer Inhalte in den semantischen Haushalt aufgenommen werden. Stark redundante Wissensformen befördern demzufolge „traditionalistische und konservative“ Weltbezüge und soziale Formen. „Die Macht des Überlieferungswissens schließt Neuerungen der sozialen (...) Ordnung grundsätzlich aus“ (ebd.: 24).<sup>38</sup> *Rein orale Kommunikationsformen sind stark redundant.*
- Nimmt man den ersten den zweiten Punkt zusammen, ergibt sich folgendes Bild. Vorschriftliche soziale Ordnungen verharren lange Zeit in ihrer, von redundanter Kommunikation vermittelten Form. Dies betrifft dann auch die soziale Konstruktion von Bedürfnissen. Diese bleiben auf dem einmal etablierten Niveau weit jenseits von Knappheit. Sie können problemlos im pathisch-tätigen Umgang mit subjektiv begriffener Umwelt befriedigt werden.<sup>39</sup> Problemlos heißt hier, dass es kein soziales Problem gibt, auf dass etwa ein Konzept der Knappheit (mit neuen, aber anderen Problemen) antwortet. Die Endlichkeit der zur Verfügung stehenden Ressourcen kann nicht in den Blick kommen und als Problem an einem sozialen Konzept wie Knappheit kondensieren. Nahrung, Wohnraum, etc. – und eben auch Ar-

---

<sup>38</sup> Am weitesten ausgearbeitet sind diese Argumente bei Ong (1982) und Goody/Watt (1981).

<sup>39</sup> Es gibt eine Reihe von Befunde aus Ethnologie und anderen Disziplinen, die als Beleg für die These der Problemlosigkeit gewertet werden dürften. Beispielsweise Kocka verweist in seiner Auseinandersetzung mit dem Arbeitsbegriff auf solche Studien. So bezeichnen Angehörige des Stammes der Yir-Yoront in Australien Arbeit und Spiel mit dem gleichen Wort. Die Dogon in Mali benutzen das gleiche Wort für Ackerbau und rituellen Tanz. Und selbst die Griechen der klassischen Epoche kannten offenbar „keinen allgemeinen Arbeitsbegriff“ (Kocka 2006).



beitskraft - sind weder knapp noch nicht knapp – Knappheit ist unbekannt.<sup>40</sup> Orale Kulturen privilegieren andere Konzepte als das der Knappheit. *Auf der Basis rein oraler Vergesellschaftung sorgt starke Redundanz, dass Dinge und Arbeitskraft nicht als knapp und damit sozial problematisch begeben.*

- Arbeitsförmige Betätigung kann unter diesen Voraussetzungen keine ausdifferenzierte soziale Praxisform werden. Beschäftigungen, die von heute aus als Arbeit zu bezeichnen wären, verschmelzen mit anderen Praxen, die Trennung von Arbeit und Freizeit existiert nicht (vgl. Hahn 2000: 29). Man kann nicht sagen, was Arbeit im Unterschied zu etwas anderem sein soll, weil es dafür keinen sozialen Anlass wie z.B. Knappheit gibt. Die Bedingung dieses Ausbleibens eines sozialen Anlasses ist der spezifische Charakter oraler Kommunikation. Ein in der Soziologie und vor allem auch in der Ökonomik verbreiteter, unizistischer Arbeitsbegriff, nach dem Arbeit „seit jeher“ (Bonß/Ludwig-Mayerhofer 2009: 110) ein zentrales Vergesellschaftungsmoment war, erscheint fragwürdig. Mindestens müsste man einschränken, dass arbeitsförmige Betätigung in oralen Kulturen einer anderen Logik folgt. *Arbeit ist im Kontext oraler Gesellschaft kaum eine ausdifferenzierte Form sozialer Praxis.*
- Spezialisierungen von arbeitsförmigen Betätigungen gibt es nur wenige. Auch hier begrenzt die vergleichsweise starke Redundanz mündlich tradierten Wissensformen den Möglichkeitsraum. Die Zuordnung von Personen zu bestimmten Beschäftigungen folgt, wenn sie überhaupt differenziert ist, den vertrauten sozialen Kategorien wie Geschlecht oder Alter. Unvertrautes wie neue Formen von Spezialisierung oder Zuordnung von Personen wird von der „Macht des Überlieferungswissens“ (Boehme-Neßler 2010: 24) blockiert. Dass die jeweilige Zuordnung von Personen vertrauten, oral vermittelbaren Kategorien folgt, bedeutet auch, dass es hier nicht um effiziente Ausführung der Tätigkeiten geht. Die Idee größerer Nützlichkeit durch eine effizientere Zuordnung ist zweitrang oder unbekannt. Statt um effiziente Zuordnung geht es beispielsweise viel eher darum, dass entsprechende Verrichtungen gemeinsam in großen Gruppen stattfinden. So kann man argumentieren, dass durch diese Orientierung an „sozialen Aspekten (...) die einzelnen zu Generalisten [gemacht werden, d.A.], statt sie als Spezialisten in eine besondere Nische der Arbeitsteilung zu drängen“ (Hahn 2000: 28). Indem Verwandtschaftsstrukturen, Gruppenzugehörigkeiten usw. die Zuordnung von Personen zu Arbeit auf niedrigem Niveau quasi naturwüchsig regulieren, sind ein spezifisches Wissen und entsprechend ausdifferenzierte Praxen nicht nötig. Für Generalisten braucht man qua Definition keine besonderen Zuordnungsregeln. *Die Zuordnung von Personen zu Arbeit folgt kaum einer eigenlogischen Regulierung.*

Der Punkt, auf den es hier ankommt, ist, dass Oralität einen Möglichkeitsraum aufspannt, der die skizzierten Formen arbeitender Beschäftigung jeweils provoziert oder unterdrückt. Es ist unwahrscheinlich, dass sich das soziale Konzept der Knappheit unter dem Vorzeichen einer medial bedingten Präferenz für hohe Redundanz entwickelt, wie sie für orale Kulturen typisch ist. Knappheit ist keine Eigenschaft der Dinge, die sie an sich tragen, sondern ein im Möglichkeitsraum neuerer Verbreitungsmedien wahrscheinlich gewordenes soziales Konstrukt. Arbeit in oralen Kulturen geschah mutmaßlich nicht im Horizont von Knappheit – und sie

---

<sup>40</sup> Insofern ist auch die Rede von der ursprünglichen „Überflusgesellschaft“ (Marshall 1972) irreführend. Wo Knappheit nicht bekannt ist, kann es auch deren Negation nicht sein. Überfluss als Nicht-Knappheit ist ohne die Vorstellung von Knappheit nicht denkbar.

kann vermutlich deshalb auch schlecht als solche bezeichnet werden. Rituale und Co moderieren, was als relevante Beschäftigung zu einem Teil alltäglicher Praxis werden kann. Wie oben schon skizziert, argumentiert auch Baecker in ähnlicher Weise: „Streng genommen führt es in die Irre, im Hinblick auf diese Gesellschaften [orale Gesellschaften, d.A.] von Arbeit zu reden. Man bewegt sich im Rhythmus der sozialen Ordnung und achtet darauf, dass man nur das tut, was das Ritual vorsieht und hergibt“ (Baecker 2007: 65). Rituale und Co als Elemente oraler Kulturen regulieren demnach, wie arbeitsförmige Betätigung praktiziert wurde.

Zusammengefasst heißt das zweierlei: Das Beispiel mythischer Betätigung zeigt erstens, dass Arbeit nicht durch natürliche und objektive Gegebenheiten wie z.B. knappe Ressourcen verursacht ist. Das Konzept der Knappheit ist - wie auch das der objektiven Natur - sozial konstruiert. Diese Konstruktionen sind möglich und wahrscheinlich durch die je spezifischen Eigenschaften von Verbreitungsmedien. Mit der Einnahme dieser Perspektive ist also der angekündigte Weg einer konsequenten Soziologisierung von Verbreitungsmedien eingeschlagen. Die große historische Perspektive zeigt, dass die Reduktionen der Ökonomik und einer Soziologie, die Knappheit kategorial an den Anfang setzt, auf unsicherem Boden stehen. Ausgangspunkt bestimmter Formen des Arbeitens sind nicht natürlich-materiale Gegebenheiten, psychische Dispositionen, anthropologisch konstante Bedürfnisstrukturen oder ähnliches. Vielmehr ist es die je spezifische Medienpraxis sozialer Konstruktion von Welt- und Selbstverhältnissen – ein genuin sozialer Vorgang also – der das Problem erst herstellt, auf das mit Arbeit geantwortet wird.

Das Beispiel arbeitsförmiger Betätigung in rein oralen Gesellschaften zeigt dabei zweitens, dass die Konstruktion eines solchen Problems nicht zwangsläufig ist. Gibt es kein sozial konstruiertes Problem wie z.B. Knappheit, gibt es auch keine ausdifferenzierte Form einer sozialen Praxis des Arbeitens. Eingebettet in mythisch vermittelte Rituale wird arbeitsförmige Betätigung dann auch nicht per se als etwas gefährliches wahrgenommen. Die soziale Wahrnehmung einer produktiven und destruktiven Seite von Arbeit setzt voraus, dass es die Vorstellung einer veränderbaren Welt gibt. Genau dies scheint aber gerade im Kontext der Möglichkeiten primär oraler Kommunikation nicht der Fall zu sein. Neuerungen werden aufgrund der medial bedingten Zentrierung um Redundanz diskreditiert und strukturell unterdrückt. Das Problem ist hier nicht die Gefährlichkeit von Arbeit sondern die stabile Vermittlung von Kulturformen unter der Voraussetzung der konstitutiven Flüchtigkeit des gesprochenen Wortes.

### 3.5 Sakrale Schrift und Arbeit

Ohne die spezifischen Verläufe des medienhistorischen Wandels nachzeichnen zu wollen und ohne vorschnell die Möglichkeit einer Einteilung in Phasen zu suggerieren, soll im Folgenden eine weitere Probebohrung vorgenommen werden. Das Motiv ist wiederum dasselbe wie im Zusammenhang der Ausführungen zu oral kommunizierenden, mythisch stabilisierten Stammesgesellschaften. Es geht darum, am Beispiel eines weiteren historischen Moments einen bestimmten Arbeitsbegriff zu skizzieren, und das soziale Problem zu benennen, von dem dieser bestimmte Begriff von Arbeit motiviert ist. Zweitens soll gezeigt werden, wie all dies mit den historisch zur Verfügung stehenden Verbreitungsmedien zusammenhängt. Der Gedanke ist dabei, über die Darstellung der verbreitungsmedialen Besonderheiten den Sinn für die Bedeutung von Verbreitungsmedien weiter zu schärfen.

Für die christlich-mittelalterliche Sicht auf Arbeit und die Zuordnung von Personen zu Arbeit lassen sich zwei Dinge sagen. Erstens ist sie weithin von der Auseinandersetzung mit religiösen Themen geprägt. Zweitens lassen die überlieferten Debatten keinen einheitlichen Arbeitsbegriff, keinen Mainstream des Denkens über Arbeit erkennen (vgl. Jochum 2010: 92; Oexle 1981). Ein zentraler, kontrovers behandelter Punkt in den einschlägigen Debatten ist aber auch heute wieder einigermaßen prominent. Es geht um Willensfreiheit. Unter dieser Überschrift wurden gerade auch im theologischen Diskurs vielfältige anthropologische Fragen verhandelt. Eine wichtige ist die nach der Rolle von Arbeit, die von keinem mittelalterlichen Autor ohne eine Positionierung zur Frage der Willensfreiheit aufgegriffen wurde.

Angestoßen von Augustinus verfestigen sich in der mittelalterlichen Debatte zwei konträre Lager. Die eine Fraktion ging vom Gedanken einer „ratio laboris“ aus. Am Ende aller Tage sei Gott damit befasst, die Verdienste und beim Arbeiten erbrachten Leistungen eines jeden Menschen zusammenzurechnen. Auf der Grundlage dieses Kassensturzes, so der Kerngedanke dieser Theologie, entscheidet Gott als Quasi-Türsteher, wer sich durch seine diesseitigen Leistungen für Himmel oder für Hölle qualifiziert. Die andere Fraktion ging entsprechend gerade nicht davon aus, dass der Mensch qua willentlicher Entscheidung für ein gutes Leben seine Heilserwartungen beeinflussen kann. Für dieses Lager war Arbeit nichts als eine dauerhafte Strafe für den Sündenfall. Ob Himmel oder Hölle galt als Frage eines göttlichen Gnadenaktes. Ein gesteigertes freiwilliges Engagement beim Arbeiten konnte aus dieser Sicht nicht heilswirksam werden (vgl. Postel 2009: 9).

Solche, bis heute ungelösten (und eventuell unlösbaren) theologischen Fragen waren dabei nicht nur ideologische Epiphänomene sondern relevante Punkte für die Ausgestaltung der

Praxis des Arbeitens und der Zuordnung von Personen zu Arbeit. Dies gilt nicht erst für die neuzeitliche Formierung eines kapitalistischen Geistes, für den, wie Weber gezeigt hat, solche Probleme in der Form einer protestantischen Ethik impulsgebend waren (vgl. Weber 2005). Die Idee einer Selbstverantwortung des Menschen, die sich in einer bejahenden Haltung zu aktiver Tätigkeit artikuliert, prägte auch die christlich-mittelalterliche Arbeitswelt. Zunächst einmal bedeutete sie eine (teilweise) Abkehr von der antiken Vorstellung, dass die mühselige Tätigkeit des abhängigen Arbeitens eines freien Bürgers unwürdig war.<sup>41</sup> Dort, wo man meinte, dass aktive Weltgestaltung in Form von Arbeit durch Seelenheil belohnt werde, etablierten sich ein grundlegend neues Konzept von Arbeit und eine entsprechende Arbeitsmoral. Arbeit galt als Kennzeichen eines würdigen, freien, dem göttlichen Auftrag verpflichteten Lebens. Dies schlägt sich beispielsweise im benediktinischen Imperativ des „Bete und Arbeite“ nieder (vgl. Jochum 2010: 93) Und auch der Wahlspruch, „wer nicht arbeiten will, soll auch nicht essen“ (Oexle 1981: 75), spricht deutlich die Sprache einer neuen, wertschätzenden Sicht auf Arbeit.

Wie man mit Weber heute wissen kann, ist damit der Keim für ein bejahendes Verständnis von Arbeit als aktive Weltgestaltung gelegt. Im mittelalterlichen Kontext ist damit aber noch nicht für eine umfängliche Freisetzung von Produktivkräften gesorgt. Die skizzierte Entwicklung betrifft nur Ausschnitte des mittelalterlichen Sozialgefüges, die Aufwertung von Arbeit beschränkt sich beispielsweise auf Klöster. Andere Bereiche bleiben stark von einer religiös motivierten Skepsis gegenüber innerweltlichen Engagements geprägt (Vgl. Jochum 2010).

Wie auch immer die Situation im Detail zu beurteilen ist, lässt sich hier doch ein klares Bild hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen Arbeit und Verbreitungsmedien festhalten. Fragen des Arbeitens waren Fragen der Theologie – und damit von schriftbasierter Wissensproduktion. Zentraler Gegenstand von Theologie im christlichen Mittelalter sind biblische Überlieferungen gewesen. Es ging um die diskursiv und praktisch wirksame Auseinandersetzung mit schriftlich übermittelten Glaubensinhalten. Willensfreiheit und Heilsversprechen als Eckpfeiler dieser Wissensordnungen waren Brennpunkte theologischer Dispute zum Thema Arbeit. Und als solche waren sie praktisch wirksam, indem sie die Versorgung mit Motiven und Legitimationen für arbeitsbezogene Praxis sicherstellten. Beredtes Zeugnis dieses Zusammenhangs ist beispielsweise der überlieferte Protest einiger Handwerksgesellen gegen eine drohende Verschlechterung ihrer Arbeitssituation aus dem Jahre 1529. Sie argumentierten,

---

<sup>41</sup> Stellvertretend für viele andere antike Formulierungen sei hier auf Platon verwiesen: „Und warum bringt wohl, deiner Meinung nach, niedrige Handwerksarbeit Schande? Doch wohl aus keinem anderen Grund, sagen wir, als dann, wenn jemand in seinem edelsten Seelenteil von Natur aus so schwach ist, dass er nicht über die Tiere in ihm herrschen kann, sondern sie hegen muss und nur lernt, wie man sie umschmeichelt“ (Platon 1982: 428).

dass die drohende Unbill „nit allein wider brüderliche liebe, sondern wider gottesgatz strebet“ (Reininghaus 1986: 14). Gottes Wort, schriftlich verfasst und damit zum gültigen Imperativ konfirmiert, ist Bezugspunkt von arbeitsbezogenen Legitimationen; Arbeit wird als Vollzug eines göttlichen Auftrages verstanden.

Theologische Diskurse und religiöse Legitimationsnarrative spielten auch die entscheidende Rolle für die Frage der Zuordnung von Personen zu Arbeit. Dabei gab es im mittelalterlichen Kontext offensichtlich kaum eine reflexive Form der Kommunikation über die Regulierung solcher Zuordnungen. Hintergrund ist der spezifische Modus der Inklusion von Personen in eine Gesellschaft aus Ständen. Personen sind hauptsächlich qua Geburt auf die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe innerhalb des relativ statisch und idealerweise als konfliktfrei gedachten ständischen Sozialgefüges festgelegt (vgl. Oexle 1981: 19; Schulze 1988: 3).<sup>42</sup> Wichtig ist zum einen, dass für jede Gruppe ein Kanon an sozialen Festlegungen existierte, der auch die Möglichkeiten des Arbeitens und der Zuordnung von Personen zu Arbeit betraf. Zugespitzt: Wer als Bauer geboren wurde hatte keine Möglichkeit, als Geistlicher zu leben und zu arbeiten. Ein anderer wichtiger Aspekt betrifft dabei wiederum die theologische Reflexion der ständischen Ordnung. Zentraler Punkt der mittelalterlichen Weltauffassung war, dass man es mit einer göttlich produzierten, wohl sortierten, harmonisch ungleichen Sozialordnung zu tun hatte. Dies gilt auch hinsichtlich der Formen des Arbeitens und des Erwerbs (vgl. Schulze 1988: 3).

Ein prominenter historischer Beleg für solche Thesen ist das im Jahr 1568 erschienene „Ständebuch“ des Jost Amman (vgl. Amman 1975). Noch während schon deutliche Anzeichen eines nachhaltigen Verblassens mittelalterlicher Überzeugungen spürbar sind<sup>43</sup>, wird hier das Schema der dreigeteilten Sozialordnung ausgeführt und religiös begründet. Die gottgewollte Ordnung wird als hierarchische Struktur aus papsttreuer Geistlichkeit, weltlichem Adel und dem dritten Stand (vor allem Handwerker) vorgestellt.<sup>44</sup> Gottgewollt ist dabei auch die nicht verhandelbare Positionierung von Personen in der so begründeten Sozialstruktur: „Derhalben sol ein jeglicher in seinem Stand / Beruff oder Handwerck / dareyn jn Gott gesetzt / wol zu frieden seyn / vnd treuwlich darinnen fortfahren / in betrachtung / daß auch der ge-

---

<sup>42</sup> Schulze (1988) weist auch auf Probleme mit dem Ständebegriff hin. So ist davon auszugehen, dass soziale Mobilität – auch vertikale – in einem höheren Maße stattfand, als es die auf Statik kaprizierende Verwendung des Begriffs gewöhnlich suggeriert. Dennoch sei von einer real wirksamen Dreiteilung, angelehnt an die vorbildhaften antiken Überlieferungen, auszugehen.

<sup>43</sup> Das Ständebuch erscheint in einer Zeit des Übergangs. Im Vergleich zu Darstellungen des Hochmittelalters wird dem dritten Stand die meiste Aufmerksamkeit zuteil. Dies kann man als „gewachsenen Sinn für das Diesseitig-Reale“ (Lemmer 1975: 152) interpretieren. Gerade aber der Umstand, dass noch ein halbes Jahrhundert nach der Reformation im protestantischen Frankfurt der Papst als Spitze des gottgewollten Gefüges eingeführt wird, spricht aber für die immense Bedeutung und tiefe Verankerung der kommunizierten Vorstellungen.

<sup>44</sup> Dabei handelt es sich um ein altes Schema, dass am wirkmächtigsten von Augustinus unter Rückgriff auf Platon propagiert wurde.

ringste / vnd ärmeste Mensch / er sey was Wesens / Wird / oder Standts er wölle / bey der Göttlichen Maiestat nicht vergessen sey“ (Amman 1975, S. VIII).

Aus heutiger Sicht interessant ist an diesem Zitat schon allein, dass ersichtlich wird, aus welchem Holz Berufsfachlichkeit geschnitzt ist. Sie entspringt einem Ordnungsdenken, dass zumindest kontrafaktisch an Ideen wie glücklicher göttlicher Fügung und Harmonie/Konfliktlosigkeit orientiert ist. Dieses Denken steht damit diametral entgegengesetzt zu sozialen Konstrukten zeitgenössischer, marktzentrierter Formen des Umgangs mit dem Beruf (vgl. Voß 2001). Hier werden zum einen die tiefgehenden Unterschiede zwischen moderner und mittelalterlicher Wirklichkeitskonstruktion sichtbar. Zum anderen zeigt sich aber, dass ein Begriff von Berufsfachlichkeit, der auf ökonomische Funktionalität reduziert ist, in seiner Ahistorizität schlicht den wichtigsten Punkt unterschlägt. Einen Beruf zu haben bedeutet auch, einen Platz in der Welt zu haben. Indem dieser, historisch im Ständekonstrukt verwurzelte Gedanke heute versuchsweise zugunsten ökonomischer Effizienz marginalisiert wird, gerät er zwar gelegentlich unter die diskursive Oberfläche. Gelingt dies, lebt er dennoch als deformiertes Erbe fort und kann als verwertbare Institution Kommodifizierungsbestrebungen unterworfen werden. Aber Berufsfachlichkeit wird nicht überall im historischen Verlauf als überlieferter semantischer Bestand in den Kosmos moderner ökonomischer Kommunikation integriert und entsprechend gewendet. Als außerökonomische Kommunikation bildet Berufsfachlichkeit insbesondere in einigen flexiblen Teilarbeitsmärkten (Ärzte, Handwerker) die Grundlage ihrer Funktionsweise. Dieser semantische Bestand ist als arbeitsmarktrelevantes Konstrukt also nicht wegen ökonomischer Effizienz, sondern trotz ihr in der Welt. Für arbeitsmarktsoziologische Forschung bedeutet dies das Gebot, über endogene Erklärungen ökonomischer Institutionen hinauszugehen.

Für die Frage nach dem Zusammenhang zwischen Verbreitungsmedien und Arbeit ist dieses Argument an dieser Stelle im Grunde zweitrangig. Als Beispiel ist es hier trotzdem erwähnenswert. Denn einerseits zeigen sich hier deutlich die grundlegenden Differenzen zwischen verschiedenen kontextualisierten Arbeitsbegriffen. Und andererseits verweist der Blick auf den Gesamtzusammenhang dann doch wiederum auf die konstitutive Rolle von Verbreitungsmedien. Der mittelalterliche Arbeitsbegriff ist von der Kommunikation theologischer Problemstellungen abgeleitet. Zwar hat es die mittelalterliche Ständegesellschaft mehr als beispielsweise eine rein orale, mythisch stabilisierte Sozialform mit Knappheit zu tun. Abhängige, monetär honorierte Beschäftigung im Horizont von Knappheit war im Mittelalter nicht unbedeutend (vgl. Fuhrmann 2009). Knappheit ist aber nicht der primäre Bezugspunkt - auch z.B. nicht für die Erfindung von Berufsfachlichkeit. Impulsgeber für relevante soziale

Konstrukte ist aber der theologische Diskurs, der sich als fortwährende Reinterpretation schriftlich vermittelten religiösen Wissens präsentiert. Der Punkt ist also, dass auch hier ein konstitutives Charakteristikum des fraglichen historischen Kontextes die Seite der Verbreitungsmedien von Kommunikation betrifft.

Die Bedeutung der Erfindung von Schrift und die Herausforderung des Umgangs mit schriftlicher Kommunikation sind dabei schwer zu kalkulieren, aber nicht zu unterschätzen. Zugespitzt: „Alles wird anders, wenn es durch Schrift vermittelt wird“ (Luhmann 1997: 283). Die Möglichkeit der Kommunikation unter Abwesenden macht es beispielsweise notwendig, Zeit im Sinne einer Chronifizierbarkeit relevanter Ereignisse zu linearisieren. Und lineare Zeit lässt erst vorstellbar werden, dass Arbeit sich auf entfernte Ziele jenseits unmittelbarer Bedürfnisbefriedigung richten kann. Das führt zu erheblichen Komplexitätssteigerungen hinsichtlich von Arbeitsteilung und Zuordnung von Personen zu Arbeit. Schichtenmäßig verfasste Sozial- und Arbeitsordnung wird damit nicht kausal determiniert, wohl aber ermöglicht. Ähnlich kann man auch hinsichtlich der räumlichen Dimension argumentieren. Die Möglichkeit der Koordination arbeitsförmiger Betätigung mit räumlich abwesenden Personen macht die, weite Distanzen überwindenden Zentrum-Peripherie-Ordnungen der alten Hochkulturen erst möglich.

Zudem lassen sich die Erfindung und Verbreitung von Schrift auch als Entwicklung einer spezifischen Form eines sozialen Gedächtnisses beschreiben (vgl. Esposito 2002). Unabhängig von den Limitationen menschlicher Merkfähigkeiten und ohne auf die redundanten Formen mythischer Kommunikation (Ritual) festgelegt zu sein, wird „Erinnern und Vergessen“ (Luhmann 1997: 290) im Aufschreiben ein expliziter Gegenstand. Beim Aufschreiben wird reflexiv entschieden, was erinnert werden muss. Solche Vorgänge machen dann auch „Kriterien und Kontrollen“ (ebd.) notwendig, die in der Form von Institution oder Organisation kommuniziert werden. Für die Kommunikation von Arbeit und die Kommunikation der Zuordnung von Personen zu Arbeit implizieren diese Entwicklungen, dass es nun in einem starken Sinne um Herrschaft und Hierarchie geht.

Gesteigert wird all das noch einmal durch die Verdichtung von Schrift zur Heiligen Schrift. Das schlechthin Abwesende – Gott – ist in der Heiligen Schrift nicht mehr Gegenstand von Erzählungen, sondern Erzähler selbst. Der Kunstgriff lateinischer Kirchenväter des 2./3. Jahrhunderts, „den Plural des Wortes Liebe zu einem Singular femininum“ zu biegen (vgl. Schmidt 2005: 114), bildet hier den Hintergrund. Die Bibel ist gleichsam die Hypostase gewöhnlicher Schrift. Dass ihr gemäße Denken und der ihr gemäße Lebensstil werden sakralisiert und für Jahrhunderte der wichtigste und unbestreitbare Bezugspunkt von Semantik und

Sozialstruktur.<sup>45</sup> Es ist die heilige Schrift, die zur sozialen Konstruktion gerade auch von arbeitsrelevanter Ordnung anregt und diese legitimiert. Das zentrale soziale Problem also, auf das in der skizzierten Weise mit der Regulierung von Arbeit reagiert wird, ist das eines gottgefälligen Lebensstils. Die ausgefeilten theologischen Dispute - etwa zum Thema Willensfreiheit und göttlicher Gnadenakt - und die daran geknüpften, ambivalent bleibenden motivationalen und legitimatorischen Narrative der Arbeit im Diesseits künden davon.

Die Medialität von Arbeit und der Zuordnung von Personen zu Arbeit, die diese Probebohrung zu Tage fördert, ist also insgesamt wiederum durch zwei Punkte charakterisiert:

- Erstens tritt Schrift als Bedingung der Möglichkeit vergleichsweise komplexer sozialer Regulierung von Arbeit auf. Allein die Möglichkeit, mit Abwesenden zu kommunizieren, steigert die Komplexität in großem Maße. *In der Folge kommt es zur Ausdifferenzierung von Herrschaft und Hierarchie.*
- Zweitens privilegiert und provoziert das Verbreitungsmedium Schrift bestimmte Kommunikationen. Dies lässt sich insbesondere an ihrer radikalisierten Erscheinung als Heilige Schrift beobachten. Im Kontext der theologischen Debatten um die literarische Fiktion namens Gott verselbstständigt und radikalisiert sich, was durch Schrift an sozialen Neuerungen in die Welt kam. *Für Arbeit und die Regulierung der Zuordnung von Personen zu Arbeit bedeutet dies, dass sie mit den entsprechenden Konsequenzen zuallererst an einer verbindlichen Interpretation des göttlichen Willens gemessen wird.*

Mit Blick auf die Thesen Baeckers kann zustimmend festgehalten werden, dass Formen des Arbeitens medial gemacht sind. Sein ahistorischer arbeitsbegrifflicher Fokus auf die Einheit von Produktivität und Destruktivität geht aber fehl. Mehr als darum geht es im Kontext der schriftbasierten mittelalterlichen Gesellschaft um religiöse Probleme. Arbeit soll, so wie jede andere Lebenspraxis auch, gottgefällig sein. Die Frage, ob etwas produktiv ist (oder destruktiv), war nicht primärer Bezugspunkt der historischen Praxen des Arbeitens. Das bedeutet folglich, dass auch das soziale Problem, auf das eine bestimmte Form der Arbeit abgestimmt ist, sich in Abhängigkeit verbreitungsmedialer Entwicklungen verändert. Die im Medium der Schrift zu ihrer Wirkmächtigkeit gereifte Konstruktion eines einzigen und allmächtigen Gottes ist das soziale Problem jener Zeit, auch für Formen des Arbeitens. Von hier aus wird Arbeit gedacht und gemacht – und die entsprechenden Formen sind im Zuge schriftlicher Kommunikation evolviert. Die mittelalterliche Aufwertung von Arbeit – und gleichzeitig die reli-

---

<sup>45</sup> Beispielsweise Hans-Peter Schmidt geht darauf ein und formuliert: „man muss es der Bibel zu gestehen, sie hat die erfolgreichste Werbekampagne der Welt- und Publikationsgeschichte ins Rollen gebracht, indem sie wie niemand zuvor auf das Medium der Schrift setzte, um die Allgegenwart einer Idee durchzusetzen. (...). Wie nie zuvor hat es eine solche bis in den letzten Winkel des letzten Hauses, bis auf das letzte Hauptstück des letzten Mannes vordringende Durchdringung einer Schrift gegeben (vgl. Schmidt 2005: 124). Ganz in diesem Sinn schreibt Assmann: „Aus Literatur wurde Religion, (...), die Schrift zur Vorschrift, die auf Erfüllung zielte, im Leben des Einzelnen in der Geschichte des Volkes und der Welt“ (Assman 2005: 14).



giös legitimierte Beschränkung der sich entwickelnden Produktivkräfte – fußen auf einer Semantik, die typisch für das Verbreitungsmedium Schrift ist. Ebenso kann man für das geschichtete mittelalterliche Sozialsystem, entsprechende Formen von Berufsfachlichkeit, usw. argumentieren. Das Verbreitungsmedium Schrift eröffnet den mittelalterlichen Möglichkeitsraum für Arbeit, bezieht sie auf religiösen Sinn und privilegiert die skizzierten Entwicklungen.

### **3.6 Gedruckte Schrift: Arbeitsmärkte und produktive Subjektivierung**

Erst im 19. Jahrhundert wird ein soziales Problem mit Arbeit vordergründig, dessen zentraler Aspekt mit den Begriffen Produktivität und Destruktivität angemessen beschrieben wäre. Die Frage, in welcher Weise und in welchem Ausmaß dies geschieht, ist seit der Ausdifferenzierung der Disziplin Soziologie implizit und explizit einer ihrer prominentesten Gegenstände und Zündfunke immer neuer Forschung. So wird von den verschiedensten soziologischen Positionen beobachtet, welche treibenden Faktoren, sozialen Bedingungsgefüge und semantischen Innovationen hier veranschlagt werden müssen.

Viele Ansätze legen z.B. ein besonderes Augenmerk auf den Prozess der Trennung von Wohnen und Arbeiten. (vgl. Koselleck 2006: 465-485) Während im vorindustriellen Kontext zumeist beides verwoben war und im selben räumlichen und sozialen Kontext stattfand, differenzieren sich mit dem Prozess der Industrialisierung und der Erfindung der kapitalistischen Fabrik diese beiden Lebensbereiche sehr stark aus. Leben und Arbeiten in jeweils getrennten räumlichen und sozialen Zusammenhängen wird relativ zügig zum quantitativ aber auch normativ dominanten Modell. Die mit Arbeit in Verbindungen stehenden Veränderungen umfassen aber nicht nur diesen Bereich. Von hier motorisierte weitreichende Individualisierungs- und Rationalisierungsprozesse verändern die Gesellschaft mit hohem Tempo. Dies alles wird von einem Prozess der Ausdifferenzierung moderner betrieblicher Organisationen gerahmt, im Zuge dessen eine an Produktivität orientierte Rationalität auch in Bezug auf Arbeit und ihre Zuordnung zu Personen stark an Bedeutung gewinnt. Die bloße Zahl der Ansätze lässt es dabei kaum zu, in wenigen Worten einen angemessenen Überblick über die diesbezügliche soziologische Debatte herauszuarbeiten. Eine mediensoziologische Perspektive, die Verbreitungsmedien als soziale Praxis formatierende Größe ernst nimmt, ist aber auch an dieser Stelle bislang ein Desiderat. Wiederum soll es daher darum gehen, an einschlägige soziologische Beobachtungen anzuknüpfen, im Sinne von Probebohrungen historische Ausschnitte herauszugreifen und schlaglichtartig einen Blick auf die Rolle von Verbreitungsmedien zu werfen.

Als ein möglicher Einstiegspunkt bietet es sich an, die Diskussion bezüglich der Ablösung herrschaftlich-gebundener durch marktvermittelte Arbeitsformen zu betrachten. Etwa Marx thematisiert mit seiner prominenten Formel vom doppelt freien Lohnarbeiter diesen Punkt. Einerseits betrachtet Marx seinen Lohnarbeiter als eine, von den tradierten rigiden Festlegungen auf eine bestimmte Position innerhalb einer stratifizierten Sozialordnung befreite Person. Andererseits steht dieser befreiten Sozialfigur zur Sicherung des eigenen Überlebens auch nichts als die eigene Arbeitskraft zur Verfügung. Lohnarbeiter sind, anders gesagt, auch frei von Produktionsmitteln.

Die Marx'sche Darstellung des doppelt freien Lohnarbeiters trägt dabei Züge bitterer Ironie. Denn Freiheit heißt hier keineswegs Freiwilligkeit. Im Gegenteil: für den Arbeiter führt dessen Befreiung nicht zu einem guten Ende. Er „trägt seine eigne Haut zu Markt“ und landet damit letztlich in der „Gerberei“ des Kapitals (Marx 1962: 191). Herrenlosigkeit in Kombination mit Nichtbesitz von Produktionsmitteln äußern sich als Zwang zur Vermarktung von Arbeitskraft. Eine unhintergehbare Asymmetrie zwischen kapitalistischem Arbeitgeber und ausgebeutetem Beschäftigtem ist dieser Perspektive zufolge die Konsequenz und macht den Arbeitsmarkt zum wichtigsten Generator sozialer Ungleichheit.

Viele Aspekte dieser Marx'schen Beobachtung kondensieren später zu Leitfragen der soziologischen Debatte. Geht die marktbasierte, kapitalistisch verfasste Form der Zuordnung von Personen zu Arbeit zwangsläufig in eine solche drastische Richtung oder lässt sich der so potente Konflikt zwischen Arbeit und Kapital politisch oder in anderer Weise entschärfen? Und ist mit dem Widerspruch zwischen Kapital und Arbeit tatsächlich, wie Marx ja behauptet, der Nukleus moderner Vergesellschaftung angemessen bezeichnet?<sup>46</sup> Die einzelnen Positionen gehen hier weit auseinander. Während Marx zentrale Fragen und Thesen auch heute noch in weiten Teil der Arbeitssoziologie den Zugang zum jeweiligen Forschungsgegenstand formt, stellen Texte aus postmoderner oder poststrukturalistischer Perspektive dem entgegen, dass Marx und Epigonen unzulässig Komplexität unterschlagen und die Heterogenität spätmoderner sozialer Praxis ignorieren.

Worin aber die meisten AutorInnen dennoch fraglos mit Marx koinzidieren, ist die historische Diagnose des Übergangs zu abhängiger, monetär entlohnter Erwerbstätigkeit. Der Handel mit der ‚Ware Arbeitskraft‘ wird zwar je nach historischer Konstellation in unterschiedlichem Ausmaß durch betriebliche Organisationen, sozialstaatliche Institutionen usw. hinsichtlich individueller Härten entschärft, dennoch werden fortan fast alle arbeitsförmigen Beschäftigungen zum potentiellen und tatsächlichen Gegenstand von Arbeitsmarktkommunikation. In

---

<sup>46</sup> Aus differenzierungs- und systemtheoretischer Perspektive ist dies keineswegs entschieden (vgl. Luhmann 2008).

relativ kurzer Zeit werden im Verlauf der Entwicklungen des 19. und frühen 20. Jahrhunderts historisch ältere Formen arbeitsförmiger Beschäftigung fast vollständig von Lohnarbeit abgelöst. Selbst Geistliche (und Wissenschaftler) erhalten einen vertraglich vereinbarten Lohn und werden über Arbeitsmärkte adressiert. Arbeitskraft wird weitestgehend als relevanter Gegenstand marktförmiger Kommunikation betrachtet, kurz gesagt: kommodifiziert. Der Bedeutungsgewinn des sozialen Musters marktförmig kommunizierter Lohnarbeit kann als eines der zentralen Merkmale des Wandels zu modernen sozialen Formen gesehen werden.

Insofern im modernen, funktional ausdifferenzierten Wirtschaftssystem unter der Voraussetzung marktförmiger Zugriffe auf knappe Güter tendenziell die produktivste Lösung goutiert wird, etabliert sich auch in Hinsicht auf das arbeitende Subjekt eine Semantik, die Produktivität als entscheidenden Maßstab postuliert. Von diesem Zeitpunkt an – sobald also über Arbeit in wirtschaftlicher Hinsicht kommuniziert wird – geht es dann in einem auf arbeitende Individuen bezogenen Sinn um die Produktivität von Arbeit. Generationen potentieller Arbeitskräfte wurden in der Frühphase der Industrialisierung gemäß den Anforderungen des symbolisch durch die Fabrik verkörperten Produktivregimes umerzogen und diszipliniert (Pierenkemper, Bourdieu). Spätere Veränderungen in Form und Semantik subjektivierender Adressierungen arbeitender Personen variieren dieses Grundmotiv. Bis zum Arbeitskraftunternehmer ist der Kern von Subjektivierung der Imperativ der Produktivität. Fast zwangsläufig wird die andere Seite der Unterscheidung – der destruktive Aspekt von Arbeit – mitgeführt. Auf der Suche nach produktiven Formen werden gleichsam automatisch destruktive identifiziert und bekämpft. Niemand soll mehr unnütz arbeiten.

Diese Entwicklungen im Bereich wirtschaftlicher Kommunikation über Arbeit gewinnen dann in vielen Bereichen an Plausibilität, gelangen gesellschaftsweit zu starkem Einfluss und führen über mehrere Schritte zu einer Semantik, die gesellschaftliche Selbstbeschreibungen am moralisch codierten Ideal des arbeitsamen Bürgers ausrichtet. Nicht nur, dass keiner unnütz arbeiten soll, es darf auch keiner nicht arbeiten. Das soziale Problem der Produktivität (und Destruktivität) von Arbeit wird auf diese Weise auch im politischen, im rechtlichen, im massenmedialen und in vielen anderen sozialen Systemen zu einem wichtigen Anlass für weitreichende Irritationen und damit zu einem zentralen Bezugspunkt<sup>47</sup>: Politik misst sich an der Frage der Sicherung und Neuschaffung von Arbeitsplätzen, Massenmedien verbreiten Leitbilder der ‚guten‘ Arbeitskraft, ein umfangreicher rechtlicher Apparat widmet sich der Regulierung der Arbeitswelt in allen Facetten, Organisationen interessieren sich für den effi-

---

<sup>47</sup> Wie Lessenich im Zuge seiner „Aktivierungs“-Diagnose (vgl. Lessenich 2009b: 126-180) herausarbeitet, ist diese moralische Verpflichtung eine quasi-totale. Nicht nur sich selbst, sondern auch gegenüber der Gesellschaft ist der Einzelne in seinem arbeitsorientierten Tun verpflichtet.

zienten Einsatz von Arbeitskraft (jüngst auch Universitäten, Krankenhäuser und Kirchen), Familien und andere Intimbeziehungen entwickeln sich unter Rücksicht auf Arbeitsmarktbelange etc. pp. Die soziologische Auseinandersetzung mit diesem, häufig unter der Überschrift der Ökonomisierung verhandelten Thema dreht sich dann um die Frage, wie weit diese Tendenz geht und wie sie angemessen beschrieben und begriffen werden kann.

Etwa Schimank (vgl. Schimank/Volkmann 2008) oder gouvernementalitätstheoretische Analysen (vgl. Bröckling 2007), arbeitssoziologische Untersuchungen (vgl. Sauer 2008) aber auch dezidiert systemtheoretische Ansätze (vgl. Nassehi 2012; Henkel 2012) diagnostizieren eine Tendenz zunehmender Ökonomisierung. Dabei finden sich auch gegensätzliche Beobachtungen, Analysen von ‚De-Ökonomisierung‘ in der soziologischen Debatte, was für das Konzept der Arbeit insbesondere in gesellschaftstheoretischer Hinsicht gilt. Ab Anfang der 1980er wird beispielsweise verstärkt diskutiert, welche Bedeutung die Kategorie der Arbeit für Zeitdiagnosen haben kann. Offe spricht vom Ende der Arbeitsgesellschaft (1984), Beck vom Risiko als modernem Leitbegriff (1984). Wiederum halten kapitalismuskritische Positionen, die z.B. immer neue „Landnahmezyklen“ (vgl. Dörre 2009) beobachten, Arbeit nach wie vor für einen Begriff von höchster gesellschaftstheoretischer Potenz. Aus der Vogelperspektive auf diese Debatten gewinnt man den Eindruck, dass nicht so sehr die eine oder andere Tendenz vordringlich ist, sondern gerade das Spannungsverhältnis zwischen den beobachteten Kommunikationen das vorderste Merkmal zeitgenössischer Entwicklungen ist. Köhler und Krause formulieren für den Arbeitsmarkt in diesem Sinne die Diagnose einer „spannungsgeladenen Koexistenz“ kommodifizierter und partiell de-kommodifizierter Bereiche (vgl. Köhler/Krause 2010).

Etwas assoziativ könnte man auch behaupten, dass die genannten Analysen im Grunde unter der Hand von der „spannungsgeladenen Koexistenz“ eigenlogischer Kommunikationen reden und auf diese Weise immer bestimmte Aspekte funktionaler Differenzierung (Luhmann 1997) fixieren, ohne diese sozialstrukturelle Form zum Thema zu machen. Auf der Folie des Konzepts funktionaler Differenzierung sind ökonomisierte Arbeit und produktives Subjekt als semantische Artefakte zu verstehen, die jeweils unterschiedlich wirksam werden und als Baustein zeitgenössischer gesellschaftlicher Selbstbeschreibung Orientierung vermitteln, dennoch aber mit anderen Sinnangeboten und subjektivierenden Anrufungen gleichberechtigt konkurrieren.

Festzuhalten bleibt an dieser Stelle zunächst, dass sich die Formatierung eines sozialen Problems der Arbeit entlang der Unterscheidung von Produktivität und Destruktivität erstens als marktförmige Praxis der Zuordnung von Personen zu Arbeit darstellt und zweitens als

subjektivierende Adressierung von Personen artikuliert, die arbeitende und monetär entlohnte Betätigung in produktiven Organisationen durchweg positiv konnotiert. Vermarktlichung und das Konstrukt produktiver Subjekte sind die historischen Konsequenzen des Wandels, den Marx unter anderem mit seiner Darstellung der Sozialfigur des doppelt freien Lohnarbeiters beobachtet hat.

Es ist sicherlich unzulässig, die Entwicklung des modernen Umgangs mit Arbeit auf die Vermarktlichung der Zuordnung von Personen zu Arbeit und die Anrufung produktiver Subjekte zu reduzieren. Wie angedeutet finden sich in der vielschichtigen und weit verzweigten sozialwissenschaftlichen Debatten zu diesem Thema eine lange Reihe weiterer relevanter Angebote. Für die Auseinandersetzung mit der Frage, welche Rolle Verbreitungsmedien für die Entwicklung des modernen Umgangs mit Arbeit spielen, werden die beiden Aspekte der Vermarktlichung und Subjektivierung und so die Diagnose eines sozialen Problems, dass sich an der Frage von Produktivität und Destruktivität entzündet, wieder im Sinne von Probebohrungen näher zu beleuchten sein. Die Frage lautet also: Was haben Verbreitungsmedien mit den geschilderten Entwicklungen zu tun?

Schon auf den ersten Blick zeigen sich auffällige historische Parallelen zwischen einschneidenden Veränderungen im Bereich der Verbreitungsmedien und der sozialen Konstruktion von Arbeit. Ohne eine Aussage über Einflüsse und Zusammenhänge riskieren zu müssen, kann man beobachten, dass der moderne Umgang mit Arbeit sich zeitgleich mit der Erfindung des Buchdrucks, der immensen Verbreitung gedruckter Schrift und einer weitreichenden Alphabetisierung des kommunikativen Haushalts der Gesellschaft entwickelt. Folgt man an dieser Stelle den diesbezüglichen Ausführungen Luhmanns, erscheint dies auch nicht weiter verwunderlich. So vertritt er mit systemtheoretischen Argumenten die verbreitungsmediensoziologische These, dass insbesondere der Buchdruck den entscheidenden Impuls für den sozialen Wandel hin zur modernen, funktional ausdifferenzierten Gesellschaft gegeben hat. Insofern dieses Konzept seinem Anspruch nach, Erfindungen von Verbreitungsmedien und sozialen Wandel als untrennbare Größen aufeinander zu beziehen, zwar viel behauptet, aber (ähnlich wie bei Baecker, siehe Kap. 3.2) kaum in der Tiefe ausgearbeitet ist, empfiehlt es sich, hier zunächst an einigen Beispielen kleineren Formats nachzufassen.

Auffällig wird dann, dass die überwiegende Zahl der sozialen Praxen, in denen das soziale Problem produktiver und destruktiver Arbeit kommunikativ entfaltet wird, aufs engste mit der Technik des Druckens von Schrift und darauf aufbauenden Verbreitungsmedien verbunden sind. Insbesondere entwickelte Arbeitsmärkte und bürokratische Organisationen sind ohne gedruckte Verbreitungsmedien nicht vorstellbar. Papiergeld, Akten und Archive, Briefe, Ur-

kunden, schriftlich fixierte Bildungszertifikate, Bewerbungen und Ausschreibungen, Arbeitsverträge etc. gewinnen in genau der historischen Phase ihre große Bedeutung, in der sich auch Marx Lohnarbeiter etabliert. Insofern es sich bei den genannten Beispielen jeweils immer um Erscheinungsformen säkularisierter, gedruckter und damit massenhaft verfügbarer Schrift handelt, kann man hier ein deutliches Indiz für die Stichhaltigkeit der These sehen, dass der Buchdruck und die entsprechenden Verbreitungsmedien als Bedingungen der Möglichkeit.

Welchen Charakters diese Rolle von Verbreitungsmedien im engeren Sinne ist und ob die genannten Verbreitungsmedien mehr als nur einen ermöglichenden oder die betreffenden Entwicklungen begleitenden Status haben, zeigt der Blick auf einzelne gedruckte Verbreitungsmedien. Beispielsweise bezüglich gedruckten Geldes lautet die These, dass sich moderne, universell kommunizierbare Märkte (und eben auch Arbeitsmärkte) nur auf der Basis massenhaft verfügbaren Geldes in der Form gedruckter Banknoten entwickeln konnten.<sup>48</sup> Dabei spielt die relative materiale Wertlosigkeit des gedruckten Papiergeldes eine entscheidende Rolle. Beispielsweise Simmel argumentiert in seiner epochalen Schrift zur „Philosophie des Geldes“ in dieser Richtung. „Erst in dem Maß, in dem die Substanz [der Materialwert des Münzgelds, d.A.] zurücktritt, wird das Geld wirklich Geld“. Und weiter: „je weniger das einzelne Geldquantum wert ist, desto wertvoller ist das Geld überhaupt. Denn nur dadurch, dass das Geld so billig, jede bestimmte Summe seiner so viel wertloser geworden ist, kann es die allgemeine Verbreitung, rasche Zirkulation, überall hindringende Verwendbarkeit gewinnen, die ihm seine jetzige Rolle sichert“ (Simmel 1989: 246-247).

Geld als Papiergeld kommt also eine besondere Eigenschaft zu. In dieser Form ist Geld erstmals ubiquitär; die im bedruckten Geldschein symbolisch repräsentierte Knappheitsinformation kann sowohl in sozialer, sachlicher, zeitlicher und räumlicher Hinsicht potentiell immer zu Anschlusskommunikationen motivieren. Die Ubiquität des Papiergeldes macht dessen Annahme dabei erst so erstrebenswert.<sup>49</sup> Das expandierte Geld avanciert qua dieser verbreitungsmedialen Eigenschaft zu einem gesellschaftsweit einsetzbaren, symbolisch generalisierten Erfolgsmedium.<sup>50</sup> Und Banknoten sind dann auch das, was im Rahmen der betrieblichen

---

<sup>48</sup>In einer Studie zur Ideogrammatik des Geldes heißt es dazu: „der sich massenhaft verbreitende Einsatz von Banknoten – anstelle von ‚echtem‘, nämlich von intrinsisch-wertigem Metallgeld – war selbst das Zeichen der Extension der Wirtschaft“ (Priddat 2009: 19).

<sup>49</sup> Was hier erstrebenswert heißt, kann an dieser Stelle nicht weiter verfolgt werden. Denn ob Geld nur Tauschmittel (Smith 1991) ist, oder ob vielmehr ein Fetischcharakter zueigen ist (vgl. Marx 1962), oder noch mehr: ob es ein religiöses Prinzip (vgl. Benjamin 2008; Deutschmann 2008) verkörpert, ist an dieser Stelle nicht die primäre Frage. Anders gesagt geht es zunächst nicht darum zu klären, ob ‚der Markt‘ bloß Transaktionsraum, eine Ideologie oder gar eine monströse göttliche Instanz ist. Hier geht es um Verbreitungsmedien und um die These, dass die sozialen Praxen des Geldgebrauchs insbesondere auch im Bereich von Arbeit erst auf der Basis gedruckter Schrift in die Welt kommen.

<sup>50</sup> Den systemtheoretischen Insider werden an diesem Punkt begrifflich-konzeptionelle Zweifel bewegen. Ist Geld nun als Verbreitungsmedium zu verstehen, oder ist es analytisch nicht – so wie in systemtheoretischen

Organisation von Arbeit als (oft bedeutendstes) leistungsförderndes Motiv kommuniziert wird. In welchem Kontext und in welchem Ausmaß der Versuch gelingt, die Transformation von Arbeitskraft über Geld anzuregen, sei hier dahingestellt<sup>51</sup>. Die darauf bauende Arbeitsorganisation versucht jedenfalls, produktive Engagements mit (gedrucktem) Geld zu honorieren, destruktive zu verunmöglichen. Die Zahlung eines Lohnes hat vor diesem Hintergrund nicht zuletzt subjektivierenden Charakter. Indem produktives leistungsaffines Verhalten auf diese Weise positiv sanktioniert wird, werden produktive Subjekte hergestellt. Nicht nur die in einer betrieblichen Organisation verfügbare Ressource disziplinarischer Macht kann im Sinne der Unterscheidung produktiver und destruktiver Arbeit vom Management eingesetzt werden, sondern die mindestens so wirkungsvolle, weil vermeintlich sozial unverdächtige Motivation über Geldzahlung steht nun zur Verfügung.

Anders formuliert heißt das, dass die Expansion des Geldes in seiner gedruckten Form auch hinsichtlich der Kommunikation von Arbeit einen entscheidenden Vorschub für quantifizierendes und kalkulierendes Welterkennen und ebensolche Selbstverhältnisse (vgl. Vormbusch 2007) bedeutet. Indem der Akt der sozialen Konstruktion einer Bewertung von Arbeit auf das Gleis einer universellen säkularen Quantität gesetzt wird, kann sie als Gegenstand dann auch umfänglich in das eigenlogische soziale Setting der Kommunikation von Knappheit (ins Wirtschaftssystem also) integriert werden. Das heißt dann auch, dass mit Geld überhaupt erst eine Form der Beobachtung von Arbeit provoziert wird, die entlang der Frage läuft, ob sie produktiv oder destruktiv ist und die sie in dieser Hinsicht kommunikativ anschlussfähig macht. Stärker ausgedrückt: Das soziale Problem, welches in der Unterscheidung produktive und destruktive Arbeit liegt, wird erst durch das Verbreitungsmedium gedruckte Schrift, hier in Form von Papiergeld, gestiftet. Geld quantifiziert Arbeit, macht sie im Kontext von Wirtschaft kommunikabel und stellt sie damit in den einen, funktional ausdifferenzierten Kommunikationszusammenhang, der Umwelt als Markt konstruiert (vgl. Luhmann 1988).

Es ist dabei kein Widerspruch, dass die von Papiergeld induzierte Vermarktlichung in unterschiedlichem Ausmaß auch mit einer Verbetrieblichung von Arbeit einhergeht. Auch durch betriebliche Arrangements gebundene Arbeit bleibt kommodifizierte Arbeit, weil Geld für sie gezahlt wird. Das heißt auch, dass betriebliche Bindung nur metaphorisch als Dekommodifi-

---

Lehrbüchern vermerkt – besser in der Rubrik „symbolisch generalisiertes Erfolgsmedium“ aufgehoben (vgl. Luhmann 1988)? An dieser Stelle ist nur knapp darauf hinzuweisen, dass hierin kein Widerspruch gesehen werden muss. Etwas kann, ganz abhängig vom jeweiligen Erkenntnisinteresse, einmal als Verbreitungsmedium und aber auch als Erfolgsmedium begegnen.

<sup>51</sup> Analysen zu Wechselmotiven abhängig Beschäftigter verweisen hier keineswegs auf eindeutige Zusammenhänge a lá ‚mehr Geld – mehr Leistung‘. Jedenfalls ab einem bestimmten Einkommensniveau scheinen Faktoren wie die Arbeitsplatzzufriedenheit und soziale Anbindung im Erwerbskontext mindestens so wichtig zu sein (vgl. Köhler et al. 2009).

zierung zu übersetzen ist. Tatsächlich handelt es sich um eine *andere Form* von Kommodifizierung, die sich insbesondere aus den spezifischen Eigenschaften der ‚Ware Arbeitskraft‘ (vgl. Voß 2010) erklärt. Beide Marktteilnehmer – Beschäftigte und Beschäftiger – können unter Umständen Vorteile einer langfristigen Bindung konstruieren. Damit verliert die betreffende Arbeitskraft aber nicht ihren Warencharakter, was sich ändert ist die zeitliche Struktur der Transaktion. Wie in der Einleitung skizziert, ist das von größtem Gewicht für die Frage der Arbeitsmarktstrukturierung. An dieser Stelle heißt das aber: Auch wenn die kommunikative Komplexität der jeweiligen Transaktion durch eine (dauerhafte) Einbindung in eine betriebliche Organisation in der Zeitdimension noch einmal erheblich gesteigert wird, ist die Praxis, Geld auf Papier zu drucken, ein wichtiger Motor der Dynamik unterschiedlicher, segmentierter, aber immer marktbasierter Formen des Wirtschaftens mit Arbeitskraft.<sup>52</sup>

Das Verbreitungsmedium Papiergeld steht also in einem zweifachen Zusammenhang mit der sozialen Konstruktion von Arbeit und der Zuordnung von Personen zu Arbeit: Zum einen stößt Papiergeld als eine Form gedruckter Schrift die Kommunikation eines sozialen Problems der Produktivität und Destruktivität von Arbeit an. Zum anderen werden dadurch moderne marktförmige Praxen des Arbeitens und der Verteilung von Personen auf Arbeit privilegiert. Das Beispiel Papiergeld ist dabei nur ein mögliches, wenngleich vielleicht das wichtigste Beispiel, an dem Zusammenhänge zwischen Eigenschaften von Verbreitungsmedien und der sozialen Konstruktion von Arbeit demonstrieren lassen. Für viele der sich im Wandel zur modernen Gesellschaft immer konturierter ausdifferenzierenden Sinnbezüge, die in einem Verhältnis zu Arbeit und Arbeitsmarkt stehen, lassen sich ähnliche Beobachtungen anstellen:

- *Im Erziehungssystem:* Augenfällig ist die Rolle des Buchdrucks für die Ausdifferenzierung des modernen Erziehungssystems. Über den, durch die Erfindung des Buchdrucks quantitativ wie qualitativ stark gewandelten Umgang mit textbasiertem Wissen werden Prozesse weitreichender Alphabetisierung und Verschulung angestoßen – mit dem Ergebnis der Ausdifferenzierung eines Erziehungssystems, das (auch) die Funktion der Sozialisation arbeits(markt)relevanter Qualifikationen und auf diese Weise auch die Herstellung produktiver Subjekte erfüllt.<sup>53</sup> Wie z.B. Kurtz in seiner luziden systemtheoretischen Analyse des Berufs als strukturelle Kopplung zwischen Erziehungs- und Wirtschaftssystem darlegt, ist ohne ein entwickeltes Erziehungssystem moderne Arbeitsmarktpraxis vollkommen undenkbar (vgl.

---

<sup>52</sup> Dieses Argument sollte dabei keineswegs im Sinne einer einfachen Kausalitätsannahme verstanden werden, etwa nach dem Motto: auf Buchdruck folgt gedrucktes Geld, auf gedrucktes Geld folgt Arbeitsmarkt. Selbstverständlich spielen hier auch Interessen (von Anbietern und Nachfragern) eine bedeutende Rolle, die nicht ohne Weiteres auf Geld und dessen Erwerb reduziert werden können. Die Besonderheiten dieses Interessenausgleiches und seine marktförmige Artikulation unter der Voraussetzung funktionaler Differenzierung wird erst weiter unten expliziter Gegenstand der Argumentation.

<sup>53</sup> Wie beispielsweise Analysen der Kommunikation von Portfolios zeigen, findet dies auch immer expliziter statt (vgl. Vormbusch 2011).



Kurtz 2001; Stichweh 2006)<sup>54</sup>. All dies – arbeitsmarktgängige Fertigkeiten und produktiv subjektivierende Anrufungen – ist ohne das gedruckte Schulbuch nicht zu haben.

- *Im politischen System:* Auch arbeitsrelevante Sozialpolitik versorgt sich auf der Basis eines bürokratischen Verwaltungsapparats, der aus archivierten Artefakten gedruckter Schriftstücke gebaut ist, mit Weltwissen. Arbeitsbezogene Wirklichkeit erscheint hier als Konglomerat aus messbaren Quantitäten. Arbeitslosenquoten, Vermittlungsraten und ein bunter Strauß weiterer sozioökonomischer Parameter<sup>55</sup> erzeugen eine zuvor ungekannte Wirklichkeit und stiften damit auch neue politische Problemlagen. In besonders plastischer Form kann man dies den sozialhistorischen Forschungen zur Arbeitsmarktpolitik Ende des 19. Jahrhunderts entnehmen (vgl. Pierenkemper 2008: 195) In dieser Zeit etablieren sich die sogenannten Arbeitsnachweise als Vorläufer heutiger Arbeitsämter. Erstaunlicherweise ist *vor* der Einrichtung des Arbeitsnachweises das politische Problem einer gesellschaftsweit effizient und produktiv ausgerichteten Vermittlung von Arbeitskräften nicht sonderlich vordringlich – erst im Verlauf der Durchsetzung des Arbeitsnachweises kommt es zur verstärkten Kommunikation dieses Problems. Der arbeitsmarktpolitische Fetisch Arbeitslosenquote verdankt sich, so könnte man zugespitzt formulieren, der wirklichkeitsstiftenden Kraft bürokratischer Druckschriftkultur. Zudem transformiert dieser Prozess produktiv-subjektivierende Anrufungen in kommunikative Kontexte, in denen es um gesamtgesellschaftliche Belange geht. Destruktiv (oder womöglich gar nicht) zu arbeiten, wird dann auch als moralischer Verstoß gegen ein vernünftiges Miteinander konstruiert. Aktivierende sozialstaatliche Politik (vgl. Dörre 2009) ist die prominente Vertreterin solcher Kommunikation.
- *In Organisationssystemen:* Weiterhin sind Aktenführung aller Art, Arbeitsverträge, Zertifikate, Formulare usw. als Grundlage betrieblicher Bürokratie konstitutive Elemente der zeitgenössischen sozialen Konstruktion von Arbeit und moderner Arbeitspraxis – und sie sind allesamt gedruckte Schrift. Hier kommt insbesondere eine verbreitungsmediale Eigenschaft ins Spiel, die insbesondere von Luhmann deutlich akzentuiert wird: Gedruckte Schrift regt zu einem kritischen Umgang mit allem so codierten Weltwissen an und lässt die Frage nach der sachlichen Richtigkeit einer Information vordringlich werden (vgl. Luhmann 1997). Jeweils wird das, worum es geht (und hier geht es um subjektivierende Produktion und um Vermarktung von Arbeitskraft usw.), im Medium gedruckter Schrift zum Gegenstand kritischen Vergleichs und sachlicher Bewertung. Wie schon in Bezug auf Baeckers Thesen diskutiert, kann man diese Prozesse insgesamt als einer Verschiebung des Schwerpunkts von Kommunikation in die Sachdimension von Sinn und damit als einen Wandel der gesellschaftlichen Struktur zu einem Primat funktionaler Differenzierung lesen. Mit dem im Medium Schrift kommunizierten und bürokratisch durchgesetzten, auf sachliche Aspekte bezogenen Problem der Produktivität und Destruktivität von Ar-

---

<sup>54</sup> Natürlich argumentiert nicht nur Kurtz in dieser Weise, in der Arbeitssoziologie dominieren die nicht systemtheoretisch ausgerichteten Perspektiven auf den Zusammenhang zwischen Bildung und Arbeit bei weitem. Auch gerade ungleichheitstheoretische Ansätze sehen also starke Zusammenhänge (vgl. Bonß/Ludwig-Mayerhofer 2009). Die Vorzüge des Zugangs von Kurtz (2001) sind, dass sie auf avancierte und gesellschaftstheoretisch abgesicherte Konzepte aufbauen und begrifflich unmittelbar anschlussfähig für verbreitungsmediensoziologische Argumente sind.

<sup>55</sup> Dass die Berechnung einer Arbeitslosenstatistik politisch gesteuert wird, ist mittlerweile ein journalistischer Gemeinplatz. Aber auch das Beispiel von Konzepten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (z.B. BIP) zeigt, dass der Konstruktionsaspekt solcher scheinbar unverdächtigen statistischen Daten gar nicht so subkutan ist, wie gemeinhin vermutet: In regelmäßigen Abständen wird die Berechnung des BSP bestimmten Interessen angepasst (vgl. Braakmann 2013). Insgesamt wird die wirklichkeitsstiftende Kraft von „Quoten, Kurven und Profile[n]“ (Passoth/Wehner 2013) in jüngerer Zeit gerade aus verbreitungsmediensoziologischer Perspektive mit Nachdruck befohrt.

beit und mit dem korrespondierenden Prozess der Vermarktlichung von Arbeit „wird auch die Arbeit selbst zum Sachverhalt“ (Baecker 2007: 68).

Gedruckte Schrift ist insgesamt, so scheint es jedenfalls vor dem Hintergrund der vorliegenden Indiziensammlung, eine im arbeitssoziologischen Diskurs unterschätzte Größe, wenn es um die Fragen der Möglichkeit und Gestalt zeitgenössischer Formen des Arbeitens und der marktförmigen Zuordnung von Personen zu Arbeit geht. Sowohl das sozial konstruierte Problem produktive und destruktiver Arbeit, das sowohl in der semantischen als auch in der strukturellen Dimension soziale Praxis formatiert, als auch ‚Lösungsversuche‘ der Gesellschaft sind ohne ein Augenmerk auf gedruckte Schrift als Verbreitungsmedium nur unvollständig zu erklären:

- Gedruckte Schrift überführt die soziale Konstruktion von Weltgehalten in die Sachdimension. Das soziale Problem, auf welches hin der Umgang mit Arbeit und der Zuordnung von Personen zu Arbeit justiert wird, entfaltet sich entlang der sachlichen Unterscheidung produktiver und destruktiver Betätigung. *Erst in der von gedruckter Schrift charakterisierten historischen Phase geht es um die Produktivität von Arbeit.*
- Die These der ‚Versachlichung‘ von Kommunikation durch die Verwendung gedruckter Schrift ist der Kern der Luhmannschen Theorie des Zusammenhangs zwischen sozialem Wandel und dem Verbreitungsmedium gedruckte Schrift im modernen Kontext. Sie lässt sich argumentativ über den Zwischenschritt der Ausdifferenzierung eines operativ geschlossenen Wirtschaftssystems zur These der druckschrift-induzierten Vermarktlichung und gleichzeitigen Verbetrieblichung von Arbeitskraft fortschreiben. Papiergeld in der Form von Lohn spielt hier eine entscheidende Rolle. Marx doppelt freier Lohnarbeiter muss dann als Sozialfigur gelten, die passgenau in die historischen Prozesse eines von der Erfindung des Buchdrucks charakterisierten Zeitalters eingelassen ist. *Kommunikation über gedruckte Schrift steht in einem konstitutiven Zusammenhang zur Vermarktlichung von Arbeitskraft und zu produktiv subjektivierenden Anrufungen.*

Mit dieser Darstellung ist auch die Differenz zu Baeckers Thesen deutlich formuliert. Diese universalisieren das Problem der Produktivität und Destruktivität von Arbeit historisch. Bei genauerer Betrachtung muss man aber zugeben, dass die durch dieses Problem geformte soziale Praxis des Arbeitens insgesamt eher mit Verbreitungsmedien in Verbindung steht, die auf gedruckter Schrift basieren. Die argumentative Strategie der Universalisierung des von Baecker vorgeschlagenen sozialen Problems schlägt demnach aus verbreitungsmediensociologischen Gründen fehl. Die Kritik an Baeckers Analyse ist also, dass sie trotz der Plausibilität seines verbreitungsmediensociologischen Zugangs in hohem Ausmaß durch Projektionen heutiger Arbeitssemantik zustande kommt. Der Ertrag einer so präzisierten Analyse ist, dass

deutlich wird, welches soziale Problem im Horizont einer Sinnproduktion Platz hat, die auf der Basis gedruckter Schrift läuft – und wie dieses Problem soziale Praxis formatiert, nämlich in Bezug auf Arbeit vermarktlichend und produktiv subjektivierend.

### 3.7 Probebohrungen. Die Fundstücke

Die vorstehenden Ausführungen wollten zwei Dinge leisten. Erstens ging es darum, im Sinne von Probebohrungen der These der Medialität von Arbeit Plausibilität zu verschaffen. Es sollten Belege für die Annahme gesammelt werden, dass Verbreitungsmedien den Möglichkeitsraum für Semantik und Praxis arbeitsbezogener Kommunikation strukturieren. Bringt man entsprechend historisches Wissen und Daten zu Verbreitungsmedien zusammen, scheint sich die fragliche Annahme deutlich zu bestätigen. In dem als Gerüst nur einige ausgewählte systemtheoretische Grundbegriffe und ansonsten keine Systematik jenseits von Probebohrungen in Anspruch genommen wurden, soll und kann diese Darstellung keine Beweise erbringen. Es ging darum, die verbreitungsmediensoziologische Perspektive an ausgewählten Beispielen einzuführen und zu rechtfertigen.

Entlang der diskutierten Beispiele zeigten sich zweitens jeweils spezifische Zusammenhänge zwischen einerseits dominanten Verbreitungsmedien und andererseits sozialen Konfigurationen. Tabelle 2 gibt diesbezüglich einen Überblick.

**Tabelle 2: Verbreitungsmedien und Kommunikation**

	Oralität	Heilige Schrift	gedruckte Schrift
Dominante kommunikative Struktur	Redundanzerzeugendes Ritual	Religiosität	Sachliche Kritik
Gesellschaftsstruktur	Segmentär, wenig komplex	Ständegesellschaft	Funktionale Differenzierung
Soziales Problem arbeitsförmiger Betätigung	Keines	Gottgefälligkeit	Produktivität und Destruktivität

Regulierung der Zuordnung von Personen zu Arbeit	Erfahrung im Nahbereich	Religiöser Diskurs verteilt Positionen	Arbeitsmarkt
--	-------------------------	--	--------------

Quelle: Eigene Darstellung

Unterscheidet man idealtypisch drei historische Phasen, in denen jeweils orale, sakralschriftliche oder druckschriftliche Verbreitungsmedien dominieren, fallen erhebliche Unterschiede in der sozialen Konstruktion von Welt- und Selbstverhältnissen auf. Jeweils steht nicht nur die Struktur der gesamten Gesellschaft im Verhältnis zur verbreitungsmedial induzierten kommunikativen Struktur. Auch die Konstruktion des jeweiligen Problems arbeitsförmiger Betätigung und der darauf abgestimmte Umgang mit der Frage der Zuordnung von Person zu Arbeit manifestieren sich in dem Sinnhorizont, wie er je Verbreitungsmedium in typischer Weise aufgespannt wird. Verbreitungsmedien wirken als Selektionsfilter (Luhmann 1997) auch für die Kommunikation von Arbeit und erzeugen jeweils ein Kraftfeld für typische soziale Praxisformen.

Eine Orientierung am Problem produktiver und destruktiver Aspekte von Arbeit, entsprechend subjektivierende Anrufung und die Zuordnung von Personen zu Arbeit über Arbeitsmärkte scheinen jedenfalls ein historisch äußerst junges soziales Konstrukt zu sein. Erst mit dem Übergang zu funktionaler Differenzierung werden Kommunikationen in diesen Formen anschlussfähig. Die ökonomische Vorstellung, nach welcher Knappheit und der (Klassen)Kampf um knappe Güter seit jeher den Umgang mit Arbeit dominieren, ist jedenfalls vor diesem Hintergrund abzulehnen. Die Umwelt als Bezugspunkt von tätiger Beschäftigung ist a priori weder knapp, noch nicht knapp. Sie wird erst im Rahmen historisch spezifischer kommunikativer Praxis als solche konstruiert. Die Aufgabe für die folgende Argumentation wird sein, einen (systemtheoretischen) Begriff des Arbeitsmarktes auszuarbeiten, der diesen Erkenntnissen zur Rolle von Verbreitungsmedien gerecht wird. Zweitens wird zu fragen sein, welche neuen Horizonte hier das Internet aufspannt.

## 4      **Arbeitsmarkt als Beobachtung wirtschaftssysteminterner Umwelt**

### 4.1      **Warum ein systemtheoretischer Begriff des Arbeitsmarktes?**

Soziologische Versuche einer Forschung zum Arbeitsmarkt aus systemtheoretischer Perspektive sind rar gesät. Dafür gibt es vermutlich viele Gründe. So kann man Pfadabhängigkeiten bei einschlägigen Forschungsansätzen vermuten. Die in der Arbeits- und Industriesoziologie über einen langen Zeitraum dominierende Perspektive war (und ist) marxistisch inspiriert. Auch die hier verwurzelte soziologische Arbeitsmarktforschung folgte mehr oder weniger explizit dieser Perspektive oder teilte mindestens einige zentrale Grundannahmen. Diese Situation wird in der Arbeits- und Industriesoziologie mittlerweile zwar selbstkritisch beobachtet und als Problem thematisiert (vgl. Kühl 2004; Maurer 2004; Jürgens 2005; Pfeiffer/Jäger 2006). Dennoch fungiert dieser Zugang – vermutlich nicht zuletzt aus pragmatischen Gründen – als Gravitationspunkt. Soziologische Forschungen zum Arbeitsmarkt folgen diesem Pfad – was wiederum insbesondere heißt, dass die ökonomische Dimension der sozialen Prozesse, die unter dem Label Arbeitsmarkt adressiert werden, zentral gestellt werden.

Neben solchen Pfadabhängigkeiten wirken aber vermutlich auch gewisse Schwierigkeiten im Umgang mit alternativen soziologischen Theorieangeboten als Hemmnisse für eine theoretische Neuorientierung. Dies gilt insbesondere für die soziologische Systemtheorie à la Luhmann. Der Versuch, systemtheoretische Begriffe und Konzepte für die Arbeitsmarktforschung fruchtbar zu machen, bleibt vielleicht häufig deshalb ein Versuch, weil der Kontakt mit Systemtheorie nur allzu leicht als Begegnung mit einer hermetisch abgeschlossenen Begriffswelt erfahren werden kann, die sich einem pragmatischen Einstieg verweigert. Das Problem dabei ist, dass der hermetische Charakter der Systemtheorie es schwer macht, operationalisierbare Thesen für einen fokussierten Umgang mit begrenzten Forschungsfragen zu formulieren.

So ist es kein Zufall, dass die überwiegende Zahl systemtheoretischer Arbeiten gesellschaftstheoretische Absichten verfolgt<sup>56</sup>. Die soziologische Systemtheorie tritt als hoch komplexe Universaltheorie auf, die evolutions-, differenzierungs-, und kommunikationstheoretische Argumente integriert und ihre Fragestellungen tendenziell immer auch auf metatheoretischer Ebene ventiliert. Scheinbar kleinteilige Fragen, etwa nach den Perspektiven von Arbeitsmarktakteuren, sowie Thesen und Theorien mittlerer Reichweite, die sich beispielsweise mit Rekrutierungswegen auf dem Arbeitsmarkt befassen und erst recht für die Belange empi-

---

<sup>56</sup> So zumindest bei Luhmann. Die vielzitierte erste Passage seines opus magnum gibt entsprechend Auskunft über seinen wichtigsten theoretischen und forschungspraktischen Fokus: „Mein Projekt lautet damals und seitdem: Theorie der Gesellschaft; Laufzeit: 30 Jahre; Kosten: keine (vgl. Luhmann 1997: 11).

rischer Forschung übersetzbare Konzepte, scheinen nicht so recht das Metier systemtheoretischer Soziologie zu sein.<sup>57</sup>

Die folgenden Ausführungen wollen sich dieses Eindrucks erwehren und systemtheoretische Begriffe für die hier im Zentrum stehende arbeitsmarktsoziologische Fragestellung nach dem Effekt der Nutzung einschlägiger Internetanwendungen fruchtbar machen. Diese Entscheidung für diesen Weg verdankt sich hauptsächlich zwei Aspekten:

Der erste Punkt ist, dass sich die Rolle von Verbreitungsmedien mit systemtheoretischen Bordmitteln in systematischer und angemessener Weise beobachten lässt. Verbreitungsmedien werden innerhalb dieses theoretischen Paradigmas hinsichtlich ihrer strukturprägenden Eigenschaften und nicht einfach als mehr oder weniger effizientes Übermittlungsinstrument von Informationen behandelt. Die These lautet, dass das, was im Zuge einer sozialen Praxis als Information produziert wird, verbreitungsmedial konditioniert ist. Wie im letzten Kapitel gezeigt wurde, muss davon ausgegangen werden, dass Arbeitsmarktkommunikation in einem bestimmten Verbreitungsmedium eine andere ist, als in anderen. Dieser Punkt wird in diesem Kapitel aber nur am Rande gestreift, denn das Ziel der folgenden Argumentation besteht darin, den Versuch zu starten, einen systemtheoretisch verankerten Begriff des Arbeitsmarktes und ebenso ein Konzept von Erwerbsorientierungen einzuführen.

Dementsprechend bezieht sich der zweite Punkt auf das folgende Thema: Eine (oder vielleicht *die*) zentrale Differenz zwischen etablierten Strömungen in der Arbeits- und Industrie-soziologie und der von Luhmann geprägten Systemtheorie besteht hinsichtlich der Frage, ob die Sphäre ökonomischen Sinns im modernen Sozialgefüge eine dominierende Position einnimmt oder nicht. Während Ansätze in der marxistischen Tradition genau davon ausgehen, ist die systemtheoretische Diagnose bekanntlich eine grundsätzlich andere. Ökonomischer Sinn ist hier eine unter mehreren möglichen Weisen, soziale Ereignisse zu kontextualisieren – und dabei keineswegs per se die dominante. Die systemtheoretisch motivierte These lautet entsprechend, dass sich dies gerade auch bezüglich sozialer Praxis zeigt, die sich um die Zuordnung von Personen zu Positionen in einer, Beschäftigungsverhältnisse kommunizierenden Organisation dreht. In diesem Kapitel wird es hauptsächlich um diesen Punkt gehen.

Wie die Probebohrungen des vorigen Kapitels zutage gefördert haben, ist die Form der Zuordnung von Personen zu Arbeit sehr von den historisch jeweils dominanten Verbreitungsmedien geprägt. Die betreffende Argumentation hat die Perspektive auf Verbreitungsmedien als relevanten Forschungsgegenstand inszeniert, damit die auf Verbreitungsmedien gerichtete Stärke systemtheoretischer Konzepte demonstriert, den Begriff des Arbeitsmarktes aber nur

---

<sup>57</sup> Und wo dies doch versucht wird, werden dann doch zentrale systemtheoretische Einsichten zurückgenommen und etwa handlungs- und akteurstheoretische Konzepte wiedereingeführt.

metaphorisch und theoretisch wenig abgesichert genutzt. Im Sinne einer angemessenen begrifflich-konzeptionellen Verständigung über die Möglichkeit eines systemtheoretischen Zugriffs auf den Arbeitsmarkt wird es im Folgenden über einige Zwischenschritte um beobachtungstheoretische Konzepte gehen. Ziel ist es, inspiriert vom Konzept des reflexiven Theoriegebrauchs und auf der Grundlage von Begriffen soziologischer Systemtheorie einen Begriff des Arbeitsmarktes zu skizzieren, der für eine soziologische Analyse des Internets als Verbreitungsmedium von Kommunikation anschlussfähig ist.

Die Absicht dieses Kapitels ist es also zum einen, eine beobachtungstheoretische Grundlage für den Umgang mit den vielfältigen theoretischen Perspektiven auf das Phänomen arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen zu formulieren. Die These lautet, dass sich beobachtungstheoretische Begriffe der Systemtheorie hier adäquat nutzen lassen. Auf dieser begrifflich-konzeptionellen Basis soll zweitens ein systemtheoretischer Begriff des Arbeitsmarktes als in Organisationen, Haushalten und anderen sozialen Systemen stattfindende Konstruktion einer wirtschaftssysteminternen Umwelt skizziert werden. Ziel ist es, eine konzeptionelle Grundlage für eine genuin soziologische Annäherung an das Thema Arbeitsmarkt und Internet vorzubereiten. Dabei werden einige Umwege und Exkurse zu gehen sein. Insbesondere die Frage, wie im Kontext einer systemtheoretischen Annäherung an einen Gegenstand entsprechende Theorien und Alltagskommunikationen konzeptionell gefasst werden können, soll über einige weiterführende Argumente bearbeitet werden. Erst gegen Ende des Kapitels wird der eigentliche Punkt dieser Arbeit, die Frage nach dem Verhältnis von Arbeitsmarkt, Erwerbsorientierungen und dem Internet als Verbreitungsmedium für betreffende Kommunikationen wieder explizit thematisch werden können.

## **4.2 Verschiedene Perspektiven**

Im Folgenden soll entsprechend zunächst in einem engeren Sinne nicht so sehr um das Verhältnis von Arbeitsmarkt und Internet, sondern um die Frage, wie mit verschiedenen Perspektiven auf ein Phänomen umzugehen ist, im Zentrum stehen. Als Startpunkt der Argumentation soll ein Allgemeinplatz dienen: Jedes Phänomen lässt sich von verschiedenen Seiten betrachten und es erscheint dabei je etwas Verschiedenes am selben Phänomen. Auch beispielsweise der Frage, in welchem Verhältnis Internet und Arbeitsmarkt stehen, kann man sich auf verschiedene Weisen zuwenden. Wie die folgenden drei Beispiele zeigen wird dabei jeweils nicht nur ein sehr verschieden gerichteter Katalog an Fragen aufgerufen. Es wird auch jeweils ein anderer Gegenstand sichtbar.

Beispiel 1: Aus der Perspektive der Ökonomik versucht man z.B. Kenntnisse darüber zu erlangen, ob das Internet am Arbeitsmarkt Effizienzschübe auslöst (vgl. Kap. 2). Ist die digitale Vermittlungsplattform der Agentur für Arbeit schneller, besser und kostengünstiger in der Lage, Arbeitssuchende in Jobs zu bringen? Oder sind hier doch die direkten, vertrauensbasierten, regional verankerten Kontakte der Agentur-MitarbeiterInnen im Vorteil? Oder gar das schwarze Brett? Und wie steht es mit den verschiedenen privaten Anbietern? Welches Modell ist kostengünstiger: eine Jobbörse wie z.B. Monster, ein Karrierenetzwerk wie z.B. Xing oder die betriebsinterne elektronische Stellenvermittlung? Und für wen? Nur für Großbetriebe und für Betriebe in einer bestimmten Branche? Und wann? In einer Krise oder auch sonst? Die Liste der denkbaren Fragen aus Ökonomik-Perspektive ist sicherlich äußerst lang. Was sie eint ist die Vorstellung, dass es effiziente und weniger effiziente Arbeitsmarktprozesse gibt und dass Kommunikationstechnologien hier als helfender oder hemmender Faktoren ins Spiel kommen. Der Arbeitsmarkt ist hier ein ökonomisch gebauter Mechanismus; und das Internet ein neuer – vielleicht überlegener – Schmierstoff.

Beispiel 2: Auch mit Blick auf die Technologie, die hinter Jobbörsen und Co steht, hat die Frage nach dem Verhältnis von Internet und Arbeitsmarkt Potential für weitergehende Auseinandersetzungen. So fragt man aus Sicht der Informatik beispielsweise, mit welchem Algorithmus sich Arbeitsmarktprozesse in geeigneter Weise digitalisieren lassen. Wie muss eine Datenbank aufgebaut sein, welche die schier endlose Menge der entstehenden Daten sicher (Vertraulichkeit) und zielführend (gute Verfügbarkeit) bergen kann? Welche Möglichkeiten der Datenauswertung zu Informationszwecken gibt es? Wie sieht eine adäquate Hardware aus? Auch hier deutet sich eine endlose Liste an Fragen an. Der Arbeitsmarkt erscheint hier als anspruchsvolles, schwer zu fassendes Objekt einer speziellen Mathematik, welche zu Ergebnissen (beispielsweise in Form von Jobbörsen) kommen muss, die sich unter Praxisdruck bewähren.

Beispiel 3: Eine auf Kulturformen fokussierende Sichtweise würde kulturell geformte Werte und Normen zentral stellen. So gilt den einen das Internet als verheißungsvolles Wundermittel, zugespitzt formuliert: zur Lösung der Menschheitsprobleme (vgl. Kap. 2). Die Liste der teils euphorisch gestimmten Bezüge ist lang. Das Internet ist hier jedenfalls durchgängig *die* Chiffre für Fortschritt. Diese Perspektive existiert auch hinsichtlich des Internets am Arbeitsmarkt. Etwa im Rahmen entsprechender Ratgeberliteratur wird eine internetaffine Einstellung zur Mutter allen Arbeitsmarkterfolges stilisiert. Den euphorischen Einschätzungen stehen erwartungsgemäß auch skeptische gegenüber. Ganz komplementär zur eben skizzierten Auffassung sind hier nicht positiv konnotierte Mythen sondern Ängste aller Art am Werk.



Überwachungsdystopien und die Furcht vor einer eindimensionalen Technizität des Lebens sind hier zentrale Motive. Wie viel weiß Google über uns, wie viel staatliche Instanzen und Geheimdienste? Was können Personaler aus Facebook-Aktivitäten lernen? Wie vielen nicht wohlwollenden, vielleicht sogar kriminellen Kontakten ist man (unbemerkt) im Internet ausgesetzt? Betont werden vielfältige Gefahren, die nun auch durch den Einsatz des Internets in Arbeitsmarktbelangen zwangsläufig drohen. Die Medaille namens Internet am Arbeitsmarkt hat aus dieser Perspektive deutlich zwei Seiten: die eine baut auf einer optimistischen Kultur einer grundlegenden Internetaffinität auf, die andere befürchtet Böses. Der Arbeitsmarkt erscheint hier als das Ergebnis hegemonialer kultureller Einflüsse.

Diese Aufzählung der Perspektiven ist weder vollzählig noch systematisch. Das Thema Internet am Arbeitsmarkt ist aber, soviel sollte auch durch diese unvollständige Aufzählung deutlich werden, Gegenstand sehr verschiedener Sichtweisen und Ansätze. Jeweils reagieren wissenschaftliche Ansätze auf die skizzierten Perspektiven, die in betrieblichen Organisationen, in den Massenmedien, in politischen Debatten usw. kommuniziert werden und entwickeln einen eigenen Umgang mit dem Gegenstand. Dabei ist es an dieser Stelle zunächst einmal uninteressant, ob es um tatsächliche Arbeitsmarktkommunikation, normative Reflexionen in Massenmedien oder schon um Wissenschaft geht. Worauf es hier ankommen soll, ist nicht, die einzelnen wissenschaftlichen Perspektiven inhaltlich auszuleuchten und ihre je spezifische Fragestellung oder ihre Verhältnis zum teilweise deutlich normativ formatierten Alltagsdiskurs zu betrachten. Es geht allein darum, das Datum unterschiedlicher Sichtweisen zur Kenntnis zu nehmen und zu problematisieren. Sowohl die geschilderten Zugänge als auch entsprechende wissenschaftliche Einlassungen deuten die Entwicklung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen anders, betonen verschiedene Facetten, reduzieren auf unterschiedliche Mechanismen oder Zusammenhänge und stellen so einen jeweils anders erscheinenden Gegenstand vor.

Für die soziologische Beschäftigung mit dem Thema Internet und Arbeitsmarkt ergeben sich aus dieser Beobachtung weitreichende Konsequenzen. So drängt sich erstens die Frage auf, welche der möglichen Sichtweisen man als relevante Grundlage einer soziologischen Beschreibung und Erklärung in Betracht ziehen kann. Was ist entscheidender für die sozialen Formen, die aus der Etablierung des Internets am Arbeitsmarkt evolvieren – der ökonomische Mechanismus, die technologischen Eigenschaften oder kulturelle Formationen? Daran schließt sich unmittelbar eine weitere Frage an. Auf welcher Basis ist die Relevanz der verschiedenen Perspektiven einzuschätzen? Oder anders gefragt: von wo aus soll man antworten, auf welcher begrifflichen Grundlage lässt sich hier eine Präferenz entwickeln? Schon die auf

Vergleich abstellende Form dieser Fragestellung deutet an, dass man die Einzelperspektive dazu ein Stück verlassen muss. Es braucht eine Verfahrensweise, die es erlaubt, die angebotenen Perspektiven ergebnisoffen in Beziehung zu setzen.

Gesucht ist also ein begrifflich-konzeptioneller Ausgangspunkt, der in der Lage ist, die Beobachtungen verschiedener Perspektiven in Beziehung zu setzen. An diesem Punkt kann die soziologische Systemtheorie als einen Ansatz in die Diskussion bringen, der hier weiterführt. Mit den sozialtheoretischen Konzepten der neueren soziologischen Systemtheorie können die verschiedenen Perspektiven aufeinander bezogen werden. Es ist z.B. systemtheoretisch nicht schon vorher klar, dass ökonomischer Sinn die entscheidende (oder genau so wenig: eine untergeordnete) Rolle spielt. Gleiches gilt für alle anderen Ansätze und Beobachtungsweisen. Dabei soll und kann es nicht um die Kür der Siegerperspektive gehen. Dies würde mehr über den Narzissmus der eingesetzten Jury (das übergeordnete Vergleichskriterium) sagen, als über die soziologische Dimension der Etablierung des Internets am Arbeitsmarkt. Vielmehr geht es darum, die Beobachtungen der Einzelperspektiven in Beziehung zu setzen, auf ihre Anschlussfähigkeit für soziologische Argumente zu prüfen und erst dann – eventuell, nicht notwendigerweise – eine Präferenz anzugeben.

Diesen Punkt möchte ich zunächst noch einmal betonen. Die Frage, *wie* man mit den verfügbaren Konzepten umgeht, ist unübersehbar eine andere als die Frage, von welcher konzeptionellen Warte aus die eigene Analyse stattfinden soll.

- Die erste Frage lautet noch einmal anders formuliert: Wie kommt man methodisch abgesichert zu einem adäquaten Umgang mit den verschiedenen Perspektiven auf das Thema Internet und Arbeitsmarkt?
- Die zweite Frage ist: Welche Konzeptionen sollen den eigenen Analysen zugrunde gelegt werden? Für beide Fragestellungen werde ich mich in den folgenden Ausführungen auf systemtheoretische Konzepte berufen.

In Bezug auf die erste Frage wird die zeitdiagnostische gesellschaftstheoretische Kernthese der Systemtheorie, nach der in der modernen Gesellschaft prinzipiell verschiedene irreduzible Perspektiven vorkommen, zentral sein. Eine funktional differenzierte Gesellschaft besteht aus eigenlogischen, gleichzeitig (aber mit unterschiedlichen Eigenzeiten) und irreduzibel verlaufenden Kommunikationszusammenhängen (vgl. Luhmann 1997). Und das findet auch in den entsprechenden Reflexionstheorien im Kontext wissenschaftlicher Kommunikation seinen Widerhall (vgl. Luhmann 1992). Perspektivenvielfalt ist demnach kein Makel oder Hindernis sondern unvermeidliches konstitutives Moment sowohl moderner sozialer Strukturen als auch der entsprechenden Beschreibungs- und Erklärungsversuche. Damit wird die zunächst er-

kenntnistheoretisch-philosophisch formulierte Frage nach dem Verhältnis der Perspektiven zueinander in eine soziologisch-systemtheoretische Fragestellung überführt. Sie lautet: Wie kann man das Zusammenspiel funktional ausdifferenzierter Subsysteme, Organisations- und Interaktionssysteme in Bezug auf den Gegenstand Internet und Arbeitsmarkt angemessen beobachten?

Für die Beantwortung der zweiten Frage ist demnach die Frage nach der Systemreferenz ausschlaggebend. Welches System ist in welcher Weise von der Etablierung des Internets am Arbeitsmarkt betroffen? Der Fokus dieser Arbeit liegt dabei auf Erwerbsorientierungen von ‚Arbeitsmarktakteuren‘ und damit auf subjektivierenden Anrufungen in der Form der Person. Die zentrale These lautet, dass das Internet die systemspezifische Art und Weise der Konstruktion des Arbeitsmarktes verändert. Fluchtpunkt dieser veränderten Konstruktionsweise ist eine gewandelte Anrufung von Erwerbspersonen, die zum einen Vermarktlichungstendenzen bedeutet und zweitens eine umfängliche Zurechnung arbeitsmarktrelevanter Kommunikation auf das eigene Selbst beinhaltet. Ziel der folgenden Ausführungen ist es nicht, diese Thesen inhaltlich zu diskutieren, sondern einen angemessenen begrifflich-konzeptionellen Rahmen für den Umgang mit diesen Thesen aufzubereiten.

Für den Fall, dass die Notwendigkeit einer solchen begrifflich-konzeptionellen Auseinandersetzung nicht einleuchtet, sei hier noch ein pragmatisches Argument vorangestellt. Dass das Internet für Arbeitsmarktbelange Verwendung findet, ist ein sehr neues Phänomen. Erst seit wenigen Jahren gibt es diese äußerst dynamische und facettenreiche Entwicklung. Eine einigermaßen gesunde Skepsis gegenüber der Idee, alles sei alter Wein in neuen Schläuchen, verbietet es angesichts dieser Situation, vorschnell und ohne entsprechende Prüfung tradierte Konzepte beobachtungsleitend werden zu lassen. Schon aus diesem Grund scheint es mir gerechtfertigt, auch um den Preis erhöhter Komplexität die Gangart etablierter Ansätze zu hinterfragen. Ziel ist aber nicht zu zeigen, dass alles mit allem zusammen hängt. Vielmehr geht es hier um eine theoretische Selbstvergewisserung, die vielleicht verkompliziert, die aber angesichts des relativ neuen und damit auch notwendigerweise unbekannten Phänomens Internet am Arbeitsmarkt angezeigt scheint.

#### **4.3 Exkurs 1: Konstruktivistische Kritik am wissenschaftlichen Diskurs**

Auf der Suche nach einem relevanten Vorschlag für einen konzeptionellen Ausgangspunkt, welcher der oben formulierten Problemlage entspricht, wird man bei Manfred Moldaschl fündig. Etwa in der Auseinandersetzung mit Fragen der „Subjektivierung von Arbeit“ und dem

„Phänomen der unterwerfenden Befreiung in neuen Produktionsregimes“ (Moldaschl/Voß 2002, S. 14; ebenso: Moldaschl 2003) stößt er auf ein ähnliches Problem hinsichtlich des Umgangs mit alternativen Perspektiven. Zum einen gibt es häufig, so Moldaschl (2010), eine Mehrzahl theoretischer Ansätze, die das betreffende Phänomen beschreiben und erklären möchten. Zum anderen fehle es aber an einem begründeten Umgang mit den fraglichen Theorieangeboten. Vielmehr seien oft (meistens?) intuitive, vorrangig den Gepflogenheiten im wissenschaftlichen Feld verpflichtete Arten des Umgangs mit Theorie(n) anzutreffen. Ohne ausdrücklich auf Bourdieus einschlägige Studien zur akademischen „illusio“ (Bourdieu 1992, 2010) zu verweisen, macht Moldaschl in pointierter und anschlussfähiger Weise ein ganz ähnliches Argument. Ausschlaggebend für die Wahl einer theoretischen Perspektive seien weitestgehend akademische Routinen und bedauerlicherweise selten systematische und sachliche Kriterien.

Moldaschl identifiziert und kritisiert drei Typen eines solchen Umgangs mit Theorieangeboten. Die erste dieser drei „Methodologie[n] wissenschaftlichen Denkens“ (Moldaschl 2010: 12) bezeichnet er mit der Metapher der „Verheiratung mit einer Theorie“ (ebd.: 3). VertreterInnen diese Stils seien meistens kaum bereit, dem einmal auserkorenen (geehlichten) theoretischen Ansatz untreu zu werden – auch um den Preis, die Belastbarkeit dieser Ehe zu überdehnen. Wie im zweiten Kapitel deutlich geworden ist, sind in der sozialwissenschaftlichen Debatte um arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen überwiegend Zugänge dieses Typs anzutreffen. Das Feld wird von ökonomischen Ansätzen dominiert, welche die Frage, ob Ökonomik hier dominant sein muss, systematisch nicht beachten. Selbst eine der wenigen, soziologisch avancierten Studien mit einem segmentationstheoretischen Hintergrund verfährt in dieser Weise. So ist die Studie der Projektgruppe um A. Schmid unmissverständlich transaktionskostentheoretischen Konzepten verpflichtet. Insgesamt scheint dies aber nur Ausdruck einer allgemeineren Tendenz in der Soziologie des Arbeitsmarktes zu sein, die häufig ökonomischen Kategorien folgt. Schon ein erster Blick in die Lehrbücher der Arbeitsmarktsoziologie kann den Eindruck einer festen theoretischen Verbundenheit mit ökonomischen Mechanismen nur erhärten (vgl. Abraham/Hinz 2005; Franz 2007; Köhler/Krause 2010).

Den zweiten der drei Typen des vorrangig habituell und weniger sachlich begründeten Umgangs mit Theorieangeboten bezeichnet Moldaschl als Eklektizismus (Moldaschl 2010: 3). VertreterInnen dieser Richtung setzen je nach Gelegenheit auf eine andere theoretische Perspektive. Gerade gegenüber Typ 1 sind darin, so Moldaschl, nun nicht zwingend nur Nachteile zu sehen. Was aber dieser opportunistische Theoriegebrauch vermissen lasse, sei vor allem die Möglichkeit, die Entwicklung „genuiner Erklärungsmodelle“ (ebd.) voranzu-

treiben. Moldaschl vermutet unter der Oberfläche dieses häufig mit einem Kompensationsargument<sup>58</sup> gerechtfertigten Stils sogar „in Wahrheit nur wissenschaftliche Wurstigkeit“ (Moldaschl 2010: 3). Auch wenn man nicht so weit gehen möchte und mit Moldaschl im Punkt der (Selbst-)Anklage des soziologischen Normalbetriebs nicht koinzidiert, kann man doch sagen, dass Einwände dieser Art in der soziologischen Theorie wohlbekannt sind und haben produktive Irritationen hervorgerufen. Etwa Esser versucht im Rahmen seines „Modell[s] der soziologischen Erklärung“ (Esser 1999) verschiedene theoretische Ansätze zu integrieren, und mit seiner Methode zu „Theorien mittlerer Reichweite“ (Esser 2002a) zu gelangen. Auch das systemtheoretische Forschungsprogramm ist im Übrigen an einem „freundlichen“ Umgang mit alternativen theoretischen Zugriffsweisen orientiert, wenngleich es auf ganz andere Weise konstruiert ist.<sup>59</sup>

Worin der markanteste Unterschied zwischen einem reflexiven Zugriff und den von Moldaschl kritisch vorgeführten „Denkstilen“ besteht, sieht man am deutlichsten am dritten Typ des inadäquaten Theoriegebrauchs. Dieser bekenne sich wenn nötig zu „völlige[r] Theorielosigkeit“ (Moldaschl 2010: 4) und trete beispielsweise als „purer Empirismus“ (ebd.: 12) auf. Was Moldaschl daran empört ist dabei weniger die Auffassung, Theorie sei eigentlich nur fakultativer Hintergrund und bei empirischen Forschungen oft nur ästhetisches Beiwerk. Vielmehr geht es ihm darum, dass in dieser Haltung eine kaum zu rechtfertigende Ignoranz gegenüber konstruktivistischen Argumenten auszumachen ist. Ohne sich einer bestimmten konstruktivistischen Strömung zu verpflichten insistiert Moldaschl auf die folgende Sentenz konstruktivistischer Positionen: nämlich auf die „Einsicht in die Beobachterabhängigkeit der Erkenntnis und die Begriffsabhängigkeit der Beobachtung“ (ebd.). Jede Beobachtung kommt demnach zu einer qualitativ verschiedenen Erkenntnis. Der Grund hierfür liegt darin, dass ein Beobachtungsvorgang immer ein Prozess des Umgangs mit spezifischen erkenntnisleitenden Begriffen ist.

Dass das Phänomen Arbeitsmarkt und Internet vor diesem konstruktivistischen Hintergrund für jeden sozialen Standpunkt in einer funktional differenzierten Moderne als etwas je Verschiedenes erscheint, erstaunt nicht weiter. Internet und Arbeitsmarkt ist für ÖkonomIn-

---

<sup>58</sup> Kompensatorisch legitimiert wird der eklektizistische Theoriegebrauch, indem man ggf. behauptet, der konstitutive Reduktionismus von Theorien zwingt dazu, mehrere theoretische Modelle anzuwenden, um genug Wirklichkeit in den Blick nehmen zu können. Die Anwendung der „nächsten Theorie“ folge dann nur dieser Idee, ansonsten aber keinem inneren Zusammenhang. (vgl. Moldaschl 2010: 3)

<sup>59</sup> Mit epistemologischen und methodologischen Fragen dieser Richtung beschäftigt sich Luhmann im Rahmen seiner systemtheoretischen Wissenschaftssoziologie (vgl. Luhmann 1992). Auch mit explizitem Bezug auf das Wirtschaftssystem bezogen argumentiert in dieser Richtung. So möchte er seine Argumente nicht als genuine „Kritik der wirtschaftswissenschaftlichen Theoriebildung“ verstanden wissen (vgl. Luhmann 1988: 8). Sein Programm ist es, diese systemtheoretisch zu relativieren, und ihnen dann ggf. in „überraschender Weise“ wieder zu begegnen.

nen ein anderes Thema als für InformatikerInnen oder KulturwissenschaftlerInnen – und diese Perspektiven unterscheiden jeweils noch einmal von ökonomischer Kommunikation in einem Betrieb, anwendungsorientierter Kommunikation über eine Softwarelösung für eine Internetjobbörse oder einer thematisch einschlägigen massenmedialen Debatte, in die bestimmte kulturelle Setzungen eingelassen sind. Während man im Gebrauch ökonomischer Begrifflichkeiten an einem Phänomenen regelmäßig wie auch immer ausgeprägte Merkmale von Effizienz, Transaktionen, Preisbildungen, Gelegenheitsstrukturen, motivgesteuerte Interessen etc. pp. entdeckt, bekommen andere Positionen ein anderes, und vor allem: nicht weniger relevantes Bild zu sehen.

Aus wissenschaftlicher Perspektive gilt dabei: Welche Kulturformen das Internet am Arbeitsmarkt evoziert, kann am besten mit kulturwissenschaftlichen Mitteln geklärt werden und ist mit den begrifflichen Kapazitäten ökonomischer Ansätze schwerer (oder gar nicht) zu fassen. Oder auch um die technologische Seite des Phänomens zu entdecken, bedarf eines eigenen Begriffsapparats – z.B. der Begriffe von InformatikerInnen. Jede Beobachtung ist demnach abhängig von der Position, von der aus sie geschieht. Keine der genannten Perspektiven ist dabei hinsichtlich ihrer Erkenntnisse ‚unschuldig‘. Dabei lässt sich dies unter dem Vorzeichen funktionaler Differenzierung nicht vermeiden, denn ohne einen bestimmten Begriff aus dem jeweiligen autopoietisch strukturierten Kommunikationszusammenhang würde man nichts sehen. Eine bestimmte begriffliche Grundlage, die man für jede Beobachtung braucht, stimuliert eine bestimmte Erkenntnis – und das gilt aus konstruktivistischer Perspektive auch (und gerade) für jede empirische Erkenntnis.

Die soziologische Systemtheorie baut auf genau diesen sozialkonstruktivistischen Grundlagen auf. Sie unterstellt rigoros – für Wissenschaft wie für alle anderen gesellschaftlichen ‚Orte‘ – die Existenz nicht reduzierbarer Perspektiven. Nur unter diesem Vorzeichen ist die These sinnvoll einzuführen, dass eine von arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen getriggerte Vermarktlichung nicht notwendig auf eine Ökonomisierung hinausläuft, sondern erst einmal nur im Verbund mit einem Bedeutungsgewinn des Selbst einhergeht. Hintergrund ist die systemtheoretische Idee einer Differenz zwischen Markt und Profit, die im Grunde eine Perspektivendifferenz darstellt. Als Markt kann Kommunikation über Wirtschaft als systeminterne Umwelt des Wirtschaftssystems verstanden werden. Profit (sowie Transaktionskosten, Lohn, etc.) gilt selbst als (ein Aspekt von) Wirtschaftskommunikation. Der Unterschied liegt in der Systemreferenz. Bevor diese Unterscheidung und insbesondere der hier enthaltene Marktbegriff expliziert werden, soll aber im Folgenden noch einmal der für die gesamte sys-

temtheoretische Diskussion fundamentale Aspekt der Perspektivendifferenz im Rahmen eines Exkurses thematisiert werden.

#### **4.4 Exkurs 2: Brillen, Vexierbilder und systemtheoretische Grundbegriffe**

Um diesen konstruktivistischen Kerngedanken zu illustrieren, und hinsichtlich einer methodologischen Positionierung fruchtbar zu machen, verweist Moldaschl auf das Genre des Vexierbildes. Ganz wie beim Betrachten dieser bewusst mehrdeutig verfertigten Bilder sei es wichtig, verfügbare theoretische Position gegeneinander auszutauschen, um verschiedene „Deutungsmöglichkeiten eines Phänomens vorzuführen“ (Moldaschl 2010: 9). Moldaschl nennt diese Zugriffsweise die „Brillenmethode“. Diese Metapher soll suggerieren, dass ebenso, wie man beim Tausch einer Brille ein anderes Bild zu sehen bekommt, mit jeder neuen Theorie ein anderer Gegenstand und eine andere Erkenntnis verbunden ist. Dabei ist es – und das ist der zweite und entscheidende Aspekt – keineswegs gleichgültig, welche Brille man aufsetzt. Die Brillen müssen sowohl kontextbezogen Sinn machen als auch aufeinander abgestimmt sein.<sup>60</sup> In Moldaschls Worten geht es um die „begründete Kombination kommensurabler Theorien“ (ebd.: 10). Die Brillenmethode ist also keineswegs eine nette Variante des Eklektizismus. Für Moldaschl liegen die Kriterien für das Aufsetzen einer Brille in den Fragen, ob sich der theoretische Aufwand im Sinne einer weiterführenden Erkenntnis des Gegenstands lohnt und ob sie im Zusammenspiel mit anderen Brillen funktioniert. Systemtheoretisch müsste man diese etwas zu stark ökonomisch gewendete Formulierung erweitern und davon sprechen, dass die Kriterien darin bestehen, im jeweiligen kommunikativen Kontext (Sozialsystem) Sinn zu machen, und ob sich Anschlussfähigkeit herstellen lässt.

Die Brillenmethode setzt also etwas voraus, um der eklektizistischen Gefahr zu entrinnen. Um nach Maßgabe der geschilderten Kriterien verfahren zu können, müssen aus einer von der jeweiligen Theorieperspektive distanzierten Position Kenntnisse über die Eigenschaften der jeweiligen Brille erfasst werden. Dabei geht es darum zu erkunden, was man mit den jeweiligen theoretischen Möglichkeiten erfassen kann und warum man das zu sehen bekommt, was man sieht. Bezogen auf den hier zentralen Gegenstand Internet und Arbeitsmarkt ist dann die Frage: Welche Eigenschaften haben die vorgestellten Perspektiven? Welchen Erkenntnishorizont öffnet die jeweilige Art zu fragen? Und zudem: Wie verhalten sich die jeweiligen Per-

---

<sup>60</sup> Auch dies gilt wiederum sowohl für wissenschaftliche als beispielsweise auch für organisatorische, an Personalmanagement interessierter oder für private, auf Erwerbsorientierungen fokussierte Kommunikationen.

spektiven zu einander? Sind sie überhaupt kommensurabel? Diese Fragen lassen sich in adäquater Weise auf der Basis systemtheoretischer Konzepte verhandeln.<sup>61</sup>

Eine systemtheoretisch unterfütterte Brillenmethode würde als Ausgangspunkt im Umgang mit diesen Fragen einen Theoriebaustein referieren, den man mit der Überschrift „operativer Konstruktivismus“ beschreiben kann (vgl. Luhmann 1997). Knapp<sup>62</sup> zusammengefasst beruht diese Sichtweise auf den folgenden Annahmen:

- Als Erkenntnisgegenstand der Soziologie, als das Soziale, gilt aus systemtheoretischer Perspektive bekanntermaßen Kommunikation. Kommunikationen werden als Letztelemente des Sozialen konzipiert und sie gelten als der einzige Typ von Elementen, in denen das Soziale sich ereignet. Gedanken, Emotionen, psychisch produzierte Motive und Interessen – und so auch Erwerbsorientierungen und das Selbst – sind demzufolge keine Elemente des Sozialen. Insofern über Erwerbsorientierungen kommuniziert und das Selbst in der Form der Person angerufen wird, sind diese dann als Kommunikation auch Element des Sozialen – aber dann eben auch nicht mehr identisch mit etwaigen diesbezüglichen Vorstellungen ‚in den Köpfen‘.<sup>63</sup>
- Kommunikation gilt als emergentes Phänomen. Die, für die soziologische Systemtheorie konstitutive Annahme ist, dass sie einer eigenen Logik folgt. Kommunikationen operieren dabei in systembildender Weise. Ein Kommunikationszusammenhang wird dann als System bezeichnet, wenn er sich operativ gegen kommunikative und nicht-kommunikative Umwelt schließt. Umwelt ist alles, was sich vom System aus gesehen nicht aus systemeigenen Elementen reproduziert.
- Im Bereich der Kommunikation findet ständig Systembildung statt. Kommunikation hat, anders formuliert, keine homogene Tendenz, sondern differenziert sich unentwegt nach bestimmten Mustern aus. Die Unterscheidung System und Umwelt wird von der Systemtheorie in universaler und demzufolge auch in gesellschaftstheoretischer Absicht genutzt. Aus dieser Perspektive kann man zu folgender (Zeit)Diagnose kommen: Das primäre Muster der Systembildung in modernen Gesellschaften lässt sich als polykontexturale, funktional ausdifferenzierte Struktur verstehen. Es gibt wissenschaftliche, wirtschaftliche, rechtliche, religiöse usw. Kommunikationssysteme, die jeweils unterschiedliche Leistungen bereitstellen und von denen keines eine dominante Stellung einnimmt. Von diesen Funktionssystemen

---

<sup>61</sup> Moldaschl geht hier andere Wege und setzt in etwas unklarer Weise entweder auf das oben schon genannte ‚Effizienzkriterium‘ oder auf eine kulturalistische ‚Metaperspektive‘ (Moldaschl 2010: 13).

<sup>62</sup> Zugunsten einer Fokussierung auf das zentrale Argument dieser Arbeit sollen einschlägige systemtheoretische Basisbegriffe an dieser Stelle nur kurz ausgeführt und ansonsten vorausgesetzt werden. Für einen entsprechenden Bedarf sei auf eine der vielen Einführungen verwiesen: Kneer/Nassehi (2000). Weiterhin soll um eine Darstellung der breit geführten Debatte um die Diskussion der Stärken und Schwächen soziologischer Systemtheorie aus demselben Grund verzichtet und sich auf eine exegetische Annäherung beschränkt werden. Die klassische Fußnote hierfür ist die Auseinandersetzung zwischen Luhmann und Habermas (vgl. Habermas/Luhmann 1971). Stellvertretend für unzählige weitere Beiträge in dieser Richtung sei auch noch die Debatte zwischen Esser und Nassehi an dieser Stelle genannt (vgl. Esser 2002b, 2003; Baecker 2003; Nassehi 2003a; Esser 2007; Saake/Nassehi 2007).

<sup>63</sup> Selbstverständlich hat auch die Systemtheorie hier einen Begriff der Sozialisation, und sie schließt auch nicht aus, dass sozialisierte psychische Muster zu Irritationen in kommunikativen Systemen führen. Worauf es ankommt ist aber, diese beiden Phänomenbereiche in Hinsicht auf ihre operative Dimension zu trennen, und die These der Eigenlogik sozialer Systeme zugrunde zu legen. Kurz Kommunikation braucht Psychen, und umgekehrt – aber entgegen der Colemanschen Badewanne (vgl. Coleman 1991) wird hier davon ausgegangen, dass sich soziale Prozesse operativ nur aus sozialen Elementen rekrutieren.



werden noch einmal Organisationssysteme als Kommunikationen eigenen Typs und schließlich Interaktionssysteme unterschieden.

Dass Kommunikation sich intern ausdifferenziert ist kein Zufall, sondern geradezu Konsequenz des Kommunikationsprozesses. Kommunizieren heißt Unterscheidungen zu benutzen, und damit etwas zu bezeichnen - und dies findet dann jeweils auch bezogen auf die Differenz zwischen einem System und einer Umwelt statt. Die Konsequenz daraus ist die Annahme, dass sich ausdifferenzierte Kommunikationssysteme operativ schließen. Sie richten sich in Bezug auf eine Grenze ein und reproduzieren sich nur aus systemeigenen Elementen. Innerhalb der Kommunikation gibt es also ausdifferenzierte Bereiche, zwischen denen kein Elementenaustausch stattfindet und die ohne operative Überschneidungen zwischen System und Umwelt prozessieren. Z.B. Wirtschaftskommunikation reproduziert ihre Elemente aus sich selbst heraus und ohne sich mit anderen Kommunikationssystemen, beispielsweise mit Wissenschaft operativ zu überschneiden. Anders formuliert: Wissenschaftliche Theorien, die das Thema Internet und Arbeitsmarkt adressieren, müssen und können (nur) ohne direkten Durchgriff auf die betreffenden Wirtschaftskommunikationen operieren.

Dabei, und dies wurde in der systemtheoretischen Debatte häufig zu wenig betont, bedeutet solche Emergenz keineswegs Unabhängigkeit. Kommunikationen können ohne Gedanken, Emotionen usw. – kurze: ohne Menschen<sup>64</sup> - nicht stattfinden. Sie sind eine notwendige Voraussetzung in der Umwelt jeder Kommunikation. (vgl. etwa Luhmann 1997: 81) Aber so, wie beispielsweise die körperliche Aktivität einer ArbeitnehmerIn in keinem notwendigen Zusammenhang zum gesellschaftlichen Modus des Umgangs mit ihr steht, dieser aber nicht ohne jene sein könnte, gilt dieser Zusammenhang für alle Kommunikationen. Gedanken, Körper etc. sind notwendig, sie können auch kausal beeinflussen, aber nicht determinieren, was als Kommunikation passiert.

Das gilt auch für den Umgang mit und den Gebrauch von Theorien. Als Kommunikationen sind Theorien Elemente eines eigenlogischen Phänomenbereichs<sup>65</sup>; und eine Verständigung über den Gebrauch von Theorien kann demzufolge nur eine Verständigung über die Modi des Prozessierens der entsprechenden Kommunikationen sein.

Was lässt sich über das Prozessieren von Kommunikation sagen? Wenn Kommunikationssysteme keine Umweltelemente inkorporieren (und keine Elemente an die Umwelt abgeben),

---

<sup>64</sup> Der Akzent auf die Eigenständigkeit des Kommunikativen war vermutlich nötig, um die substantiellen Unterschiede zu anderen soziologischen Ansätzen deutlich zu kennzeichnen.

<sup>65</sup> Aus einer anderen, deutlich kritischer artikulierten Perspektive, aber mit einem in zentralen Punkten ähnlichen Ergebnis, führt Bourdieu in seinen Studien zum „akademischen Feld“ die gesellschaftlichen Produktionsbedingungen von Theorien vor (Nassehi/Nollmann 2004).

dann kann man anders formuliert nur davon ausgehen, dass sich solche Systeme (wie oben schon angedeutet) nur aus sich selbst produzieren. Diesen Gedanken überschreibt Luhmann mit dem aus der Biologie entlehnten Begriff: der Autopoiesis. Sich selbst produzierende, sprich: autopoietische Zellen, Organismen, Ökosysteme, und nach Luhmann eben auch Kommunikationssysteme bestehen aus Ereignisketten, in die nur Ereignisse des jeweiligen Systemtyps eingehen. Kommunikationen produzieren sich aus sich selbst, oder anders gesagt: in Bezug auf ihr Prozessieren, auf ihr Operieren sind sie gegenüber der Umwelt geschlossen. Gleichzeitig heißt Autopoiesis aber auch – und das ist der entscheidende Punkt – die Erzeugung von Umweltoffenheit<sup>66</sup>, und zwar in dem Sinn, dass erst ein operativ geschlossenes System imstande ist, selektiv mit Umwelt umzugehen. Das Argument dazu lautet, dass nur ein selektiver Umgang mit Umwelt überhaupt Umweltbezüge erlaubt, weil sonst ‚alle Umwelt‘ verarbeitet werden müsste (was aus mehreren, z.B. komplexitätstheoretischen Gründen nicht funktionieren würde). Eine Arbeitsorganisation als operativ geschlossener Kommunikationszusammenhang produziert kommunikative Artefakte wie etwa subjektivierende Anrufung in der Form der Person, die es ermöglichen, sich von Umweltereignissen wie z.B. den Beschäftigungsorientierungen von ArbeitnehmerInnen irritieren zu lassen. Die Arbeitsorganisation produziert aber ihre „Organisationsereignisse“ aus sich selbst und dabei sind einige wichtige dieser kommunikativen Ereignisse eben jene Konstruktionen über Umwelt.<sup>67</sup> Selbiges gilt dann natürlich vice versa auch für Interaktionssysteme wie Haushalte, Freundschaften, Kontakte im Kollegenkreis oder auch Kommunikationen in bestimmten arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen, in denen Aspekte einer Erwerbsorientierung unter dem selektiven Einbezug jeweils adressierter psychischer Ereignisse kommuniziert werden. Selektiver Umgang mit Umwelt unter dem Vorzeichen von Autopoiesis heißt demnach Aufbau eigener Komplexität. Nur im Zuge der Steigerung von Eigenkomplexität lässt sich, so das systemtheoretische Argument, eine Reduktion von ansonsten nicht zu verarbeitender Umweltkomplexität erreichen. Im Falle von sozialen Systemen läuft dies über, Umweltkomplexität selektiv verarbeitende kommunikative Konstruktionen.

Noch einmal anders ausgedrückt: Organisationen als autopoietische Kommunikationssysteme adressieren Personen im Modus eines bestimmten Subjektivierungstyps nach eigener Maßgabe, was nichts anderes heißt als auf der Basis vorhergegangener Kommunikation, zur Frage von Subjektivierung. Und auf dieselbe (autopoietische) Weise verarbeiten Kommunikationen in Interaktionssystemen Mitteilungen zum Thema Erwerbsorientierungen gemäß vor-

---

<sup>66</sup> Deshalb ist der systemtheoretische Konstruktivismus auch alles andere als ein radikaler Konstruktivismus.

<sup>67</sup> Systemtheoretische Organisationstheorie: Bardmann (2011); Tacke (2001); Luhmann (2000); Baecker (1999); Martens (1997); Wittenbecher (1990).

hergegangener Operationen. Nichts zwingt Kommunikationssysteme – ob Organisationen oder Interaktionen wie Haushalte o.ä. – sich dabei von den Setzungen eines bestimmten Funktionssystems oder irgendeines anderen Kommunikationssystems irritieren zu lassen. Organisationen sind nicht für die Wirtschaft da oder per se als bloßes Vehikel zur Generierung von Profit, sondern nur für sich selbst. Sie können sich *primär* am Wirtschaftssystem orientieren (Wirtschaft also als dominante Umwelt konstruieren), müssen dies aber nicht. Gleiches gilt für Systeme, in denen Erwerbsorientierungen verhandelt werden.

Auch Theorien lassen sich als Elemente operativ geschlossener Kommunikationen (des Wissenschaftssystems) verstehen, die so auf der Basis ihrer Eigenkomplexität Konstrukte über Umwelt produzieren können. In diesem Sinne soll hier von einem „operativen Konstruktivismus“ (Nassehi 2011) ausgegangen werden. Theorien sind selektive Kommunikationen über Ausschnitte von Umwelt<sup>68</sup>. Mit dieser Formulierung gelangt man wieder in die Nähe der Brillenmethode. In konstruktivistischer Tradition geht Moldaschl von einer „nicht (mehr) zu beseitigende[n] Ausschnitthaftigkeit der Weltwahrnehmung und Welterfahrung“, kurz: von einer unhintergehbaren „Perspektivität“ (Moldaschl 2010: 6) eines jeden Wissens aus. Auch aus Sicht der Systemtheorie sind Theorien sozial gemachte Erkenntniswerkzeuge, im historischen Prozess entfaltete Konstrukte, mit denen man einen bestimmten Ausschnitt der Welt zu sehen bekommt – und dies je nach Theorie in verschiedener Weise. Die Systemtheorie vertritt also eine an diesem Punkt parallele konstruktivistische Perspektive und behauptet, dass mit einer Theorie jeweils die Festlegung auf einen Horizont möglicher Gegenstandsbestimmungen und Erklärungen verbunden ist.

Der Unterschied zwischen dem Brillenansatz Moldaschls und der systemtheoretischen Perspektive liegt aber in der Frage, wer die Brille aufsetzt. Während Moldaschl hier den/die WissenschaftlerIn, den wissenschaftlich handelnden Akteur einsetzt, ist das für die Systemtheorie eine Leistung der Kommunikation. Es kann nicht bestritten werden, dass dies auf den ersten Blick wenig intuitiv erscheint. Aber eine bloß diesen Punkt adressierende Ablehnung des systemtheoretischen Ansatzes fußt auf einem Missverständnis. Die Behauptung ist auf keinen Fall, dass es ohne WissenschaftlerInnen geht. Auch für die Systemtheorie ist eine solche Leistung der Kommunikation nicht zu haben, ohne wissenschaftliches Personal – oder besser: ohne psychische System in der Umwelt, die sich als WissenschaftlerInnen adressieren lassen. Die als WissenschaftlerInnen konstruierten psychischen Systeme stellen mit ihrem je spezifischen Vermögen (Wahrnehmung, Gedächtnis, Artikulation) eine notwendige Bedingung in der Umwelt dar. Die Kommunikation des wissenschaftlichen Systems mitsamt seiner Theo-

---

<sup>68</sup> Und möglicherweise auch über jeweils andere Theorien oder über sich selbst. Dazu später mehr.

rien läuft aber autopoietisch – auch der/die potenteste WissenschaftlerIn kann nichts ‚Wissenschaftliches‘ kommunizieren, was im jeweiligen wissenschaftlichen Diskurs unverständlich, nicht anschlussfähig wäre. Deshalb liegt hier der legitime erste Einsatzpunkt<sup>69</sup>, wenn man sich (reflexiv) für den Gebrauch von Theorien interessiert.

Vor diesem Hintergrund führt das Beispiel des Vexierbildes (siehe Abbildung 4) aus systemtheoretischer Perspektive auch zu anderen Einsichten. Moldaschl verweist auf die Eigenarten von Vexierbildern, um dem wahrnehmendem Bewusstsein (eines Wissenschaftlers) den Beweis abzuliefern, dass es selbst dafür verantwortlich ist, was es sieht – verbunden mit der Hoffnung, es möge dies fürderhin bedenken. Aus systemtheoretischer Perspektive ist ein Vexierbild dagegen ein kommunikatives Artefakt mit folgenden Eigenschaften. Es verweist zunächst auf die Künstlichkeit der Betrachtung eines Kunstwerkes.

**Abbildung 4: Charles Allan Gilbert: All is Vanity 1892**



Die Möglichkeit, im oben dargestellten Vexierbild sowohl einen Schädel als auch eine mit sich beschäftigte Dame zu sehen, ist das Dokument einer „Darstellung der Darstellungskunst“ (vgl. Luhmann 2004: 114). Indem der Kommunikationszusammenhang Kunst auf diese Weise mit eigenen Mitteln auf seine Künstlichkeit verweist, schließt er sich operativ und macht dies

---

<sup>69</sup> Und nicht bei Eitelkeiten oder anderen Unzulänglichkeiten des wissenschaftlichen Personals, wie Moldaschl gelegentlich meint.

gleichzeitig sichtbar. Die Kunst thematisiert sich selbst: operative Schließung plus reflexive Darstellung des operativen Schließens. Die Botschaft des Vexierbildes lautet: Kunst ist künstlich. Und erst von hier aus kann man ableiten, dass der menschliche Betrachter die Brillen wechseln kann (und sollte)<sup>70</sup>. So gesehen bedeutet die Kommunikation eines Vexierbildes also das Aufsetzen von nur *einer* Brille, durch die die Kunst sich selbst als künstlich sieht - oder, was dasselbe bedeutet: sich operativ schließt.

Das schwer Verdauliche, wenig Intuitive an der systemtheoretischen Perspektive liegt in der Behauptung, dass Kunst als operativ geschlossenes Kommunikationssystem sich selbst durch eine selbstproduzierte Brille sieht. Kurz gesagt lautet die Annahme, dass Kommunikation sich selbst ‚sehen‘ kann. Ganz analog ist das systemtheoretische Argument hinsichtlich Theorien gebaut. Theorien gelten als Kommunikationen, die von Kommunikationen selben Typs produziert werden, und mit denen sie sich ggf. auch sehen selbst sehen können. Leichter verdaulich wird diese Zumutung, wenn man beachtet, dass Kommunikation damit keineswegs im Sinne einer verlorengegangenen Möglichkeit, Letztgründe anzugeben, reifiziert werden soll. Die Aussagen der Systemtheorie zur Kommunikation beschränken sich darauf, Angaben zu den Prozesseigenschaften von Kommunikation zu machen, und eine Theorie der Selbsterzeugung dieses Phänomenbereichs zu entwickeln. Theorien und Theorienvielfalt sind dann etwas, was aus dem Prozess der Entfaltung theoretischer Kommunikation erklärt werden muss.

Dies alles passiert nicht ohne Umwelt. Umwelt wird vorausgesetzt, mindestens in einem doppelten Sinne. Erstens kommt sie als Ermöglichungsbedingung ins Spiel (keine Kommunikation ohne Menschen). Und zweitens ist jede Kommunikation eines Systems als Komplexitätsaufbau auch ein Beitrag dazu, die systemeigenen Konstrukte über Umwelt zu produzieren, auf deren Basis Umwelt überhaupt erst selektiv beobachtet werden kann. Erst über diese systemeigene Komplexität, über die eigenen Konstrukte wird ein System irritationsfähig für Umwelt. Ohne Auge keine Wahrnehmung von Licht, ohne Kunstdiskurs kein Vexierbild, ohne einen Begriff des Arbeitsmarktes keine Wissenschaft und auch keine betriebliche oder individuelle Praxis lohnabhängiger Beschäftigung. Dabei kommt dann nicht ‚der Arbeitsmarkt‘ in ‚das System‘. Vielmehr selektieren systemeigene Konstrukte des Personalmanagements oder in der Kommunikation von Erwerbsorientierungen erst Ausschnitte von Umwelt, die sie

---

<sup>70</sup> Insofern selbstverständlich auch Kunst niemals ohne wahrnehmende Bewusstseinssysteme als materielle Basis auskommt, kann das Betrachten eines Vexierbildes auch als ein Vorgang konzipiert werden, der mit einer Instruktion zum Brillenwechsel verbunden ist. Wenn man der systemtheoretischen Konzeption weiter folgt, und in Rechnung stellt, dass ein kommunikatives Artefakt wie ein Vexierbild die beteiligten Bewusstseinssysteme in dieser Weise adressiert, und dass dies für den soziologischen Beobachter wiederum nur kommunikativ erreichbar ist, liegt das Primat aber doch wieder auf Kommunikation. Darauf kommt es aus systemtheoretischer Perspektive an, und deshalb liegt der Analysefokus auf Kommunikation.

als Arbeitsmarkt betrachten. Der Gegenstand entsteht erst im Auge des Betrachters. Worauf es in dieser Arbeit ankommt, ist eine Beobachtung des Auges, oder nicht metaphorisch formuliert: Eine Beobachtung von Verbreitungsmediums hinsichtlich ihrer selektiven, den Gegenstand Arbeitsmarkt formenden Kraft.

#### **4.5 Exkurs 3: Der Begriff der Beobachtung**

Die Fragen, ob eine bestimmte Perspektive auf das Internet am Arbeitsmarkt etwas erklärt, und wenn dann was, muss vor diesem Hintergrund konsequent an die Kommunikation von Theorien gestellt werden. Aber was heißt es genau, dass Theorie-Kommunikation sich selbst sehen kann? Was sieht sie dann? Und wie kann sie sich sehen? Statt vom ‚Sehen‘ und von ‚Brillen‘ kann man systemtheoretisch auch vom Beobachten und von Beobachtungsprogrammen sprechen. Der Ausgangspunkt ist die Annahme, dass man mit Theorien etwas beobachtet. Beobachten mit Theorien heißt, dass Unterscheidungen und Bezeichnungen von Umweltphänomenen in einer strukturierten, programmatisch auf Wissenschaft festgelegten Weise vorgenommen werden. Das Ziel der Übung sind dabei wahrheitsfähige Aussagen. Es wird also im Hinblick auf den Eigenwert wissenschaftlicher Kommunikation, auf Wahrheit, unterschieden und bezeichnet. Theorien sind Beobachtungsprogramme, die das wissenschaftliche System im Verlauf seiner Kommunikation selbst produziert und mit denen es überhaupt zum ‚Sehen‘ kommt. Noch einmal anders formuliert: Mit Theorien erzeugt die Wissenschaft Möglichkeiten, sich von Umwelt irritieren zu lassen, und sich so selbst mit Überraschungen zu konfrontieren (vgl. Luhmann 1992).

Die als Beobachtung prozessierenden Unterscheidungen legen dabei einen Erkenntnishorizont fest, der bestimmt, als was etwas erscheinen kann. Theorien sorgen also mit ihren selektiven Beobachtungen für konditionierte Überraschungen. Unterm Strich kann man Theorien damit als an Wahrheit orientierte Beobachtungsprogramme bezeichnen, mit denen das wissenschaftliche System überraschende Informationen über seine Umwelt und sich selbst produziert.

Betrachtet man wissenschaftliche Beobachtung in dieser Weise als distinkten, operativ geschlossenen Kommunikationszusammenhang, muss man akzeptieren, dass Beobachtungen eines Gegenstandes wie Internet und Arbeitsmarkt letztlich Selbstbeobachtungen bleiben. Diese Selbstbeobachtungen sind freilich nicht zufällig oder beliebig, so wie es radikalkonstruktivistische Positionen annehmen würden. Vielmehr sind sie kontingent und müssen sich in einer vorhandenen Umwelt evolutionär bewähren. Jenseits der theoretisch gesättigten und empi-

risch kontrollierten Beobachtungskonstrukte bleibt aber prinzipiell ein Bereich konstitutiven Nichtwissens verborgen. Wissenschaft, die mit Hilfe von Theorien kommunikative Umwelt beobachtet (kurz gesagt: Sozialwissenschaft), sieht also im Grunde nur die eigenen umweltoffenen Konstruktionen und damit sich selbst.<sup>71</sup> Anders formuliert: Jede Umweltbeobachtung als fremdreferentielle Kommunikation ist Selbstbeobachtung - so wie jede explizite Selbstbeobachtung auch.

Bis hierhin handelt es sich um eine Reformulierung des oben schon ausgeführten konstruktivistischen Arguments, bloß entlang des Begriffs der Beobachtung. In der Antwort auf die Frage, was theorieorientierte Kommunikation sieht, wenn sie sich sieht, gilt es aber noch einen zweiten, entscheidenden Aspekt hinsichtlich des Beobachtungsbegriffs aufzugreifen. Beobachtungen können sich in erster Linie an etwas zu Unterscheidendes richten und nichts von dem Unterschied wissen, auf dessen Grundlage sie operieren. Ein anderer Typ Beobachtung weiß davon und ein dritter weiß, dass man das wissen kann. Um hier Klarheit zu schaffen unterscheidet man zwischen Beobachtungen verschiedener Ordnung:

- *Beobachtung 1. Ordnung:* Der Beobachter erster Ordnung sieht „nur“ das Unterschiedene. Das Unterschiedene wird „einfach“ kommuniziert. Welche Unterscheidung zugrunde liegt, wird nicht beachtet, sondern „blind“ vorausgesetzt. Der prominente systemtheoretische Begriff des „blinden Flecks“ bezeichnet genau diesen Punkt. Kommunikation als beobachtendes Unterscheiden und Bezeichnen kann im Moment ihres Vollzugs nicht ohne blinden Fleck stattfinden. Deshalb ist jede Beobachtung (auch) eine Beobachtung 1. Ordnung. Auf dieser Grundlage rechtfertigt sich die systemtheoretisch-konstruktivistische Annahme, dass jede Beobachtung – auch Umweltbeobachtung - eine Selbstbeobachtung ist. Um Beobachten, d.h. um Unterscheiden zu können, muss ein Unterschied vorausgesetzt sein, der im System platziert ist und der nicht in actu selbst beobachtet werden kann. Selbstbeobachtung in diesem Sinne heißt dann also soviel wie vom-Selbst-aus-Beobachten, oder besser formuliert: selbstreferentielles Beobachten.
- *Beobachtung zweiter Ordnung:* Der Beobachter zweiter Ordnung sieht andere Beobachter. Die Unterscheidungen, die er verwendet, erlauben ihm andere und verschiedene beobachtende Kommunikationen in der Umwelt zu registrieren. Dabei kann er auch sehen, mit Hilfe welcher Unterscheidungen diese Beobachter beobachten. Aus Luhmanns Sicht ist es genau das, was Theorien zunächst leisten: „In all ihren Bemühungen, den Code wahr/unwahr zur Geltung zu bringen, ist Wissenschaft immer schon auf der

---

<sup>71</sup> Wie schon mehrfach betont, ist auch hier in operativer Schließung die herausragende Bedingung für Umwelt-offenheit zu sehen. Die Formel, Theorien legen Beobachtungen fest, heißt auch, des im Zuge der Prüfung von Erwartungen Konstrukte über Umwelt falsifiziert werden können, oder anders gesagt: das sie wahrheitsfähig sind. Operative Schließung verneint demnach auch keineswegs die Möglichkeit von Empirie, sondern räumt ihr im Grunde einen prominenten Platz ein. Denn ein Aspekt der systemtheoretischen Begriffsarbeit ist gerade die adäquate Erzeugung von Umwelt-offenheit. In einem noch anderen, grundlegenden Sinn ist das Kommunizieren von Systemtheorie ohnehin gleichzeitig Empirie, denn sie erzeugt als Kommunikation ja gerade ihren Beobachtungsgegenstand: das Soziale. Verfolgt man dieses Argument weiter, stößt man auf Schwierigkeiten, die sich etwa an Fragen des autologischen Umgangs mit Paradoxien entzünden (Nassehi 2003b).

Ebene der Beobachtung zweiter Ordnung angesiedelt gewesen. Sie beobachtet Beobachter, die vermeintlich wissen, was sie wissen“ (Luhmann 1992: 508).

- *Beobachtung dritter Ordnung*: Hier geht es um das Wissen von der Standpunktabhängigkeit von Beobachtungen. Z.B. die Unterscheidung zwischen Beobachtungen erster und zweiter Ordnung ist selbst eine Beobachtung dritter Ordnung. Wenn man z.B. sagt, „Eine Beobachtung erster Ordnung ist der Was-Ebene und eine Beobachtung zweiter Ordnung der Wie-Ebene zuzuordnen“ (Krause 2005: 95), benutzt man eine Unterscheidung (was/wie), welche nur Sinn macht, wenn man die Standpunktabhängigkeit von Beobachtung reflektiert. Auch eine solche Beobachtung bleibt selbstreferentiell – sie hat keinen privilegierteren Verkehr mit der Umwelt. Aber im Unterschied zur Beobachtung erster Ordnung ist sie nicht nur selbstreferentiell sondern auch reflexiv. In diesem Sinne muss ein systemtheoretischer Konstruktivismus Unterscheidungen verwenden, die Beobachtungen dritter Ordnung erlauben. Theorien des Wissenschaftssystems als Beobachtung zweiter Ordnung zu verstehen, und dies zu formulieren – etwa im Rahmen einer Brillenmethode – läuft darauf hinaus, die „Unterscheidungsabhängigkeit allen Wissens“ (Luhmann 1992: 511) anzuerkennen, und die theoretisch avisierten Gegenstände reflexiv zu relativieren.

Mit der auf Kommunikationssysteme bezogenen Annahme, dass jede Beobachtung – und zwar auch die von Umwelt – im Grunde einen Akt der Selbstbeobachtung darstellt, ist ein Konstruktivismus eigenen Typs bezeichnet. Konsequenzen dieses operativen Konstruktivismus sind: Mit Theorien als Beobachtungen zweiter Ordnung sieht das Wissenschaftssystem nur das, was mit Hilfe der eigenen Konstruktionen gesehen werden kann. Was man mit einer Theorie als einem bestimmten Beobachtungsprogramm auf der Basis der eigenen Unterscheidungen nicht sehen kann, lässt sich nur mit anderen Theorien sehen.<sup>72</sup> Dass eine ökonomische Theorie des Phänomens Internet und Arbeitsmarkt also etwas anders sieht als eine kulturorientierte oder als eine, als Informatik konstruierte Theorie ist dann kein Defizit der jeweiligen Theorie, sondern eine notwendige Folge der Festlegung auf bestimmte beobachtungsleitende Unterscheidungen. Kennt man ein Phänomen nicht, und möchte man eine dominante Dimension identifizieren, ist es daher geradezu unausweichlich, verschiedene Theoriebrillen aufzusetzen.

---

<sup>72</sup> Das heißt auch, dass man niemals ein „Ganzes“, sondern immer nur Differenzen sehen kann. Denn jede Unterscheidung erzeugt einen neuen Bereich des Nichtwissens. Nicht nur hier, aber hier besonders, unterscheidet sich der differenzierungstheoretische Ansatz von anderen, etwa von dem Essers. Sein Vorschlag eines integrativen Modells soziologischer Erklärung ist auf eine additive Strategie festgelegt. Der Horizont relevanter Faktoren der Logik einer Situation ist bekannt, und braucht nur additiv in die Analyse einzufließen. So kommt man beispielsweise nicht umhin, ahistorische anthropologische Apriori einzubeziehen (vgl. Nassehi 2003a). Die Ergebnisse der daraus entstehenden soziologischen Erklärungen irritieren dann teilweise – und dies vermutlich nicht nur aus system- und differenzierungstheoretischer Perspektive. Beispielsweise gelten Esser eheliche Intimkommunikationen ganz wie profitorientierte Wirtschaftsunternehmen als ökonomisch prozessierende soziale Gebilde (vgl. Esser 2002a). Aus differenzierungstheoretischer Perspektive ist dies schon deshalb fragwürdig, weil sich gerade eheliche Intimkommunikationen primär nicht am ökonomischen Leitmedium Geld sondern am Medium Liebe (mit welchen Konsequenzen auch immer) orientieren.



Dazu ist es unabdingbar, eine Position zu beziehen, die verschiedene theoretische Auffassungen eines Gegenstandes in ein kontingentes Verhältnis bringt. Auch dieser Ansatz kann gemäß konstruktivistischer Einsichten kein ontologisches Fundament begründen, auch er bleibt der Relativität autopoietischer Verhältnisse verhaftet. Mit seinem speziellen Fokus auf die Frage, welche Theorie welche Facette eines Gegenstandes in welcher Weise beleuchtet, würde ein solcher ‚Metaansatz‘ aber die von Moldaschl eingeforderte begründete Anwendung von Theorien methodisch absichern. Die soziologische Systemtheorie bietet sich hier an, weil sie als universalistische Gesellschaftstheorie einen reflexiven Begriff des sozialen Ortes von Theorieproduktion und ebenso von den theoretisch adressierten Praxen etwa am Arbeitsmarkt hat. Wie gerade Luhmann immer wieder betont, gibt es aber auch hier keine Garantie, dass man Gesellschaft nicht anders besser sehen könnte. Daher ist der systemtheoretischen Relativierung von ‚Einzeltheorien‘ dann genau genommen auch kein ‚Metaanspruch‘ zu eigen. Sie versteht sich als kontingenter Vorschlag für eine Methode, theoretische Brillen zu relativieren.

Die systemtheoretisch reformulierte Brillenmethode, verstanden als Beobachtung dritter Ordnung, mündet vor diesem Hintergrund in der Aufforderung: „Beobachte den Beobachter.“ (vgl. Luhmann 1992: 511) Im Befolgen dieser Anweisung liegt der Kern der hier veranstalteten Bemühungen um einen adäquaten Umgang mit Theorievielfalt, wie sie oben am Beispiel der theoretischen Perspektiven auf den Gegenstand Internet und Arbeitsmarkt skizziert wurde. Aus der Perspektive der Beobachtung dritter Ordnung müssen vor diesem Hintergrund die folgenden Fragen an die unterschiedlichen theoretischen Ansätze gestellt werden:

- a) *Welche/n Beobachter beobachtet die jeweilige Theorie?* Diese Frage verweist auf das zentrale Kriterium der Kommensurabilität theoretischer Perspektiven. So könnte man fragen: Beobachten ökonomische und auf Kultur fokussierte Theorien denselben Beobachter, wenn sie sich für das Thema Internet und Arbeitsmarkt interessieren? Gibt es in Teilaspekten eine Übereinstimmung des Fokus? Die Annahme lautet, dass Theorien kommensurabel sind, wenn sie den gleichen Beobachter beobachten (gerade nicht). Mit dieser Annahme (und also auch mit dieser Fragestellung) bewegt man sich unweigerlich auf der Ebene einer Beobachtung dritter Ordnung. Wie oben angemerkt ist diese aber zugleich auch eine Beobachtung erster Ordnung. Sie benötigt einen blinden Fleck, eine im Moment des Prozessierens „unsichtbare“ Unterscheidung, die schlicht benutzt wird.<sup>73</sup> Die blinden Flecken, denen sich (auch) die nachstehenden Ausführungen verdanken, werden die gesellschafts- und sozialtheoretischen Konzepte im Umkreis des systemtheoretischen Begriffs autopoietischer Systeme sein. Die systemtheoretisch mo-

---

<sup>73</sup> Das ist paradox: Wie kann eine Theorie gleichzeitig behaupten, alles Wissen sei unterscheidungsabhängig, und dabei selbst eine Unterscheidung zugrunde legen? Luhmann behauptet dazu, dass es nur mit solchen Paradoxien ‚geht‘, und dass Theoriekonstruktion – Beobachtung überhaupt – trotz dessen möglich ist (vgl. hierzu Luhmann 1992, 1997).

tivierte These ist, dass Ökonomik, Informatik und kulturwissenschaftliche Perspektiven hinsichtlich des Themas Arbeitsmarkt und Internet an bestimmten Punkten die gleichen Beobachter adressieren, nämlich Organisationen, Haushalte und Personen, die am Arbeitsmarkt engagiert sind. Um welche Punkte es sich handelt und in welchem Verhältnis die, jeweils durch die verschiedenen Theoriebrillen gesehen Aspekte zueinander stehen, kann man systemtheoretisch bestimmen - worum sich die folgenden Ausführungen dann auch bemühen werden.

- b) *Was beobachten die Beobachter, welche von den Theorien beobachtet werden?* Diese Art zu fragen akzeptiert, dass die von Theorien beobachteten Beobachter selbst wieder Beobachtungen unterschiedlicher Ordnung anstellen können. So lassen sich beispielsweise Kommunikationen unter der Chiffre Arbeitsmarkt systemtheoretisch als Beobachtung zweiter Ordnung verstehen. Arbeitsmarkttakteure beobachten, wie andere Arbeitsmarkttakteure beobachten. Ein wesentliches Signal im Kontext dieser Beobachtung ist der ausgelobte oder gezahlte Preis für eine Beschäftigung. Bei überdurchschnittlichen Löhnen kann Arbeitsmarkttakteur schließen, dass eine Vielzahl anderer Arbeitsmarkttakteure hier aus den verschiedensten Gründen diese Beschäftigung besonders Wert schätzen. Dabei können die Motivlagen für diese Wertschätzung gänzlich unterschiedlich sein – die zentrale Differenz liegt sicherlich in der Frage, ob der ‚hohe Preis‘ von Organisationskommunikation oder von anderen sozialen Systemen wie z.B. Familien induziert wird.

Wichtig ist an dieser Stelle ist folgender Aspekt: Arbeitsmarktkommunikation als Beobachtung zweiter Ordnung ist nicht Kommunikation ‚im‘ Wirtschaftssystem, das wäre Kommunikation erster Ordnung (z.B. die elterliche Adressierung von Kindern mittels eines Taschengeldes). Arbeitsmarktkommunikation als Beobachtung zweiter Ordnung bedeutet, dass andere Beobachter entlang des Maßstabes Preis und hinsichtlich weiterer Informationen zu den jeweiligen Kontexten beobachtet werden. In arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen, so die These dieser Arbeit, wird dieser Modus der Beobachtung zweiter Ordnung nachhaltig verstärkt.

In der quantitativen Dimension kann man im Internet innerhalb kurzer Zeit und mit hoher räumlicher Reichweite andere Markttakteure beobachten. Die transformations- und informationskostentheoretisch verankerte Ökonomik würde diese als einen Beitrag zur Erhöhung der Transparenz des Arbeitsmarktes und als Effizienzsteigerung arbeitsmarktförmigen Handelns bezeichnen. Damit liegt sie halb richtig und halb falsch. Sicher verschiebt ein effizienter Informationskanal (der ja das Internet interessanterweise zumindest hinsichtlich der Rekrutierungsfrage gar nicht ist, siehe Kap. 2) die Praxis der Zuordnung von Personen zu Arbeit in Richtung Marktkommunikation. Allerdings suggeriert die informationskostentheoretische Terminologie ein schiefes Bild. Denn hier wird ja nicht ein ohnehin schon existierender Gegenstand namens Markt qua besserer Optik besser erkennbar. Vielmehr entsteht dieser räumlich und zeitlich weit gedehnte Markt mit sehr veränderten sozialen Implikationen (Flexibili-

tät hinsichtlich aller sozialen Bindungen, anderes Transformationsproblem, auf das das Personalmanagement reagieren muss, insgesamt andere Welt- und Selbstverhältnisse aller beteiligten Akteure) erst durch die Kommunikation der scheinbar niedrigeren Informationskosten. Knapp formuliert: Die zeitlich-räumliche Expansion des Arbeitsmarktes im Internet produziert einen *anderen* Arbeitsmarkt (und keinesfalls denselben Arbeitsmarkt bloß mit höherer Effizienz.)

In der qualitativen Dimension verschiebt sich Arbeitsmarktkommunikation auch erheblich, wenn sie über ein Verbreitungsmedium läuft, welches Beobachtung zweiter Ordnung privilegiert. Zunächst sorgt die Rahmung dieser Kommunikation durch die tendenziell euphorische Internetkultur dafür, Arbeitsmärkte als Chancenfeld zu verstehen, und weniger als Bedrohung der existentiellen Grundlagen (vgl. Pongratz 2012). Genau so entscheidend ist, dass der Umgang mit dem eigenen Selbst durch die Adressierung von Personen im Internet im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung in zweifacher Hinsicht modifiziert wird:

- Erstens wird durch die instantan sichtbare große Zahl von (scheinbaren) Möglichkeiten deutlich, dass es am Umgang des Selbst mit sich selbst und dem Arbeitsmarkt liegt, welcher Weg gegangen wird. Die große Zahl einfach sichtbarer anderer Erwerbsverläufe, vielfältiger und auch zunächst vielleicht nicht ganz passender Stellenangebote, die nur einen Klick weit entfernt Ratgeber-Website zur unschlagbaren Bewerbungsmappe und das Video-Tutorial für ein makellooses Verhalten im Bewerbungsgespräch bedeuten, dass man es selbst ‚in der Hand‘ hat und installieren das Selbst als Zurechnungspunkt für das Arbeitsmarktschicksal.
- Zweitens gerät auch das eigene Selbst in den Sog der Beobachtung 2. Ordnung. In dem arbeitsmarktbezogene Anrufungen im Internet zumeist hochindividualisiert sind, regen sie zu einer Beobachtung des eigenen Selbst an, und zwar mit dem Fokus auf die Frage, wie das Selbst von anderen Selbstern gesehen wird. Ein intensivierter reflexiver Blick auf das eigene Arbeitskraftselbst ist die Folge.

Diesen Ausführungen zufolge bedeuten Beobachtungen des Arbeitsmarktes mit Hilfe des Internets eine Tendenz zur Vermarktlichung und eine Aufwertung des Selbst im Rahmen der hier typischen subjektivierenden Anrufungen, in dem sie Beobachtungen zweiter Ordnung privilegieren. Der systemtheoretische Begriff der Beobachtung zweiter Ordnung bezeichnet damit die systematische Grundlage der Thesen dieser Arbeit.

Die Anweisung „Beobachte den Beobachter“ kann man vor diesem Hintergrund auch als eine Anweisung verstehen, die jeweiligen Systembezüge offenzulegen. Es gilt also jeweils zu fragen, welches System welche Kommunikationen beobachtet. In diesem Sinne soll im Folgenden darauf insistiert werden, die Systemreferenz einer beobachtenden Kommunikation zu bestimmen. Damit kommen zwei Größen als relevante Parameter in den Blick: einerseits, von

welchem System aus beobachtet wird, und zweitens, welches System Adressat einer Beobachtung ist. Mit der Angabe eines Systemindex lassen sich Theorien hinsichtlich der Frage einordnen, in welcher Weise die theoretisch erzeugten Überraschungen konditioniert sind. Aber auch die beobachtenden Kommunikationen von Arbeitsorganisation (etwa bezüglich der Frage, welche Personen zu welchen Stellen zugeordnet werden) oder von Haushalten und Familien (in Bezug auf Erwerbsorientierungen) lassen sich auf dieser Folie erfassen.

Damit wäre das Programm einer systemtheoretisch angereicherten Brillenmethode grob umrissen. Ein solches Programm anzuwenden bedeutet also zu klären, in welcher Weise ein theoretisch kommunizierendes System, eine Organisationskommunikation oder Kommunikationen in einem Haushalt welchen Gegenstand beobachten. Dabei sind Theorien mit der Konstruktion von Gegenständen befasst, von denen man wissen kann, dass sie in bestimmten Beziehungen zueinander stehen. Theorien über das Phänomen Internet und Arbeitsmarkt müssen also dahingehend beleuchtet werden, von wo aus sie welchen Beobachter beobachten. Zusammengefasst: Die Aufgabe eines systemtheoretisch gelagerten Umgangs mit Theorienvielfalt und mit Arbeitsmarktkommunikation von Betrieben und anderen sozialen Systemen lautet demzufolge, die jeweiligen Systemreferenz und, was dasselbe ist, den Modus der Beobachtung zu identifizieren.

#### **4.6 Gesellschaftstheoretische Aspekte**

Geht man mit ökonomischen oder ökonomik-affinen soziologischen Ansätzen davon aus, dass ökonomische Kategorien für Beschreibungen und Erklärungen von Arbeitsmarktprozessen hinreichend potent sind, wäre das ‚Problem‘ der Theorienvielfalt keines (oder kein großes). Man könnte z.B. darauf verweisen, dass die internetinduzierten Veränderungen in der Arbeitsmarktpaxis (etwa Abbau von Informationsasymmetrien, Senkung von Transaktionskosten) nichts daran ändern, dass hier ökonomische Interessen umgesetzt werden. Demzufolge wären kulturelle und andere Faktoren auch noch wichtig, aber nicht so sehr. Einigt man sich darauf, die systemtheoretische Diagnose zur Grundlage für den Umgang mit Theorienvielfalt und auch mit Arbeitsmarktkommunikation von Betrieben und Haushalten zu nehmen, ist solch ein a priori festgelegte Ansicht nicht haltbar. Aus einer gesellschaftstheoretischen Perspektive müssen an ein solches Vorgehen Fragen gestellt werden – Fragen also, die eine Relativierung ökonomischer Reduktionismen aus einer Perspektive der Beobachtung dritter Ordnung bedeuten.

Warum ist das Insistieren auf den gesellschaftstheoretischen Hintergrund arbeitsmarktbezogener Konzepte so wichtig? Man könnte meinen, es sei günstiger, sich im Sinne einer belastbaren Analyse und Erklärung auf den erreichbaren Gegenstandsbereich zu beschränken, und so nur Aussagen in mittlerer Reichweite zu generieren<sup>74</sup>. Meine Behauptung ist, dass die im Folgenden beobachtungstheoretisch formulierte Skepsis gegenüber der Möglichkeit eines starken Reduktionismus auf ‚das Ökonomische‘ insofern instruktiv sind, als dass sichtbar wird, dass alles von den Basisunterscheidungen, dem jeweiligen blinden Flecken, abhängt. Die konstruktivistische These lautet, dass jede auch noch so kleinformative Analyse oder Erklärung von großformatigen, oft verdeckt gehaltenen Hintergründen präformiert wird. Z.B. ein Ansatz, der implizit oder explizit auf der Basis von ökonomischen Unterscheidungen läuft, ist ex ante darauf angelegt, alles Arbeitsmarktgeschehen als etwas zu betrachten, dass eben auf ökonomische Kategorien reduziert werden kann. Dieser Reduktionismus ist (schon allein vor dem Hintergrund brillenmethodologischer Annahmen) ungedeckt, insofern er nicht nach dem eigenen Beobachterstandpunkt fragt.

Für das Thema Internet und Arbeitsmarkt kann man in einem ungedeckten ökonomischen Reduktionismus mindestens zwei Gefahren. Erstens ist die leitende Beobachtung des vorhergehenden Kapitels, nach der die historischen Formen der Zuordnung von Personen zu Arbeit stark mit den verbreitungsmedialen Gegebenheiten verbunden sind, so nicht angemessen aufgreifbar. Verbreitungsmedien sind nicht einfach nur bessere oder schlechtere Transportmittel ohnehin schon vorhandener Informationen. Vielmehr ermöglichen und provozieren sie erst bestimmte Informationen und darauf abgestimmte Praxisformen (systemtheoretisch: Kommunikationen). Die Kommodifizierung von Arbeitskraft und der moderne ökonomische Umgang mit ihr stehen in einem engen Verhältnis zu modernen Verbreitungsmedien. Die Frage ist, was in diesem Feld passiert, wenn sich das Internet etabliert.

Zweitens ist fraglich, ob der soziale Kontext, in welchem internetgestützte Arbeitsmarktkommunikation stattfindet, tatsächlich ökonomisch endogen erklärt werden kann. Die These, der ich folgen möchte, ist, dass diejenigen Subsysteme der Gesellschaft, die Arbeitsmarkt „machen“, einer eigenen Logik folgen. Sie werden zwar vom Ökonomischen prinzipiell tangiert, aber dabei bleibt es nicht. Z.B. kulturelle Einflüsse können potentiell ebenso eine Rolle spielen<sup>75</sup>. Im Anschluss an den eben geforderten gesellschaftstheoretischen Exkurs werde ich

---

<sup>74</sup> Eine ausführliche Auseinandersetzung und kritische Würdigung des Konzepts der „Theorie mittlerer Reichweite“ von Robert K. Merton findet sich bei: Mackert/Steinbicker (2013: 45-56).

<sup>75</sup> Wiederum lautet das Argument nicht, dass alles mit allem zusammenhängt. Insofern ist auch vor dem Hintergrund der systemtheoretischen Behauptung konstitutiver Polykontextualität in modernen Zusammenhängen nach dominanten Dimensionen zu fragen (vgl. Nassehi 2011). Was hier in Frage kommt ist aber nicht schon ex ante festgelegt.

die in dieser Hinsicht einschlägige systemtheoretische Konzeption von Arbeitsorganisationen vorstellen.

Arbeitsmärkte sind in der Soziologie ein Thema mit dauerhafter Konjunktur, auch und gerade in theoretischer Richtung. Derzeit befeuert von den jüngsten Krisenentwicklungen, die beispielsweise im europäischen Kontext (Südeuropa) drastische Wirkungen zeitigen, als auch von Entwicklungen auf dem deutschen Arbeitsmarkt (Stichwort Niedriglohn) gehört die Frage nach der Zuordnung von Personen zu Stellen zum selbstgewählten Kerngebiet soziologischer empirischer Forschung und Theoriebildung.

Dabei ist das Angebot soziologischer Theorien zum Arbeitsmarkt nicht so heterogen, wie es in anderen Claims der soziologischen Forschungslandschaft üblich ist. Eine der tonangebenden soziologischen „Großtheorien“ sieht ökonomischen Sinn als modernes gesellschaftliches Zentrum und steht als regelmäßige Stichwortgeberin im Zentrum der Debatten. So sind es Marx und Epigonen, auf die sich oft berufen wird. Das ist schon deswegen nicht verwunderlich, weil in dieser theoretischen Strömung dem Faktor Arbeit und der Vermarktung von Arbeitskraft als Quelle von Mehrwert ein äußerst prominenter Platz eingeräumt wird. Diesen Hintergrund nicht immer explizit thematisierend, gehen zahlreiche arbeitsmarktsoziologische Ansätze in stiller Übereinkunft mit Marx von einer Dominanz des ökonomischen Mechanismus und des Profitstrebens aus. Dabei fußt die auf der der subjektiven Wertlehre basierende neoklassische und neoinstitutionalistische Ökonomik mit anderen Argumenten auf ähnlichen Grundannahmen. Arbeitsmarkttheoretische Ansätze, die hauptsächlich Konzepte der Ökonomik nutzen, können Marx Grundgedanken dann ganz ignorieren, und bewegen sich dennoch oft im gleichen Deutungshorizont.<sup>76</sup>

Luhmanns systemtheoretischer Ansatz setzt hier (entscheidend) andere Akzente, legt aber nicht minder nachdrücklich Wert auf die Analyse des Wirtschaftssystems und von Arbeitsorganisationen. Der zentrale Unterschied zwischen Theorien Marx'schen Zuschnitts und Luhmanns Systemtheorie liegt in der Frage, ob es in modernen Gesellschaften ein Zentrum gibt oder nicht. Marx Votum ist bekannt. Es ist der Widerspruch zwischen Kapital und Arbeit und die verselbstständige Herrschaft ökonomischen Sinns, die die Gesellschaft in Beschlag nehmen. Die Systemtheorie kommt hier zu einer anderen Diagnose. Moderne Gesellschaft ist von

---

<sup>76</sup> Genau dieses Argument findet sich beispielsweise bei Foucault (2006: 300-339). Marx Zugang und wirtschaftswissenschaftliche Ansätze als kongruente Perspektiven zu verstehen, ist natürlich im Grunde ein fragwürdiger Versuch. Marx Position kann als Gegner verschiedener wirtschaftswissenschaftlicher Basisüberzeugungen gelesen werden. Kapitalistisches Wirtschaften ist ihm keine Folge anthropologischer Voraussetzungen, sondern ein genuin soziales Phänomen. Ebenso wendet er sich gegen die Annahme, dass Markt und Freiheit sich wechselseitig verstärken. Und an die Theoriestelle der marktinduzierten Tendenz zum Gleichgewicht setzt er die These einer Tendenz zu Krisen. (vgl. Pahl/Meyer 2009: 297f.) Aber hinsichtlich des Aspektes, dass beide Perspektiven auch als Varianten eines starken ökonomischen Reduktionismus gelesen werden können, kann von einer Schnittmenge ausgegangen werden.

einer Mehrzahl von Funktionssystemen geprägt, dabei jedenfalls nicht einem dominanten Mechanismus untergeordnet, sondern polykontextural verfasst. Marx und Nachfolgende einerseits sowie Luhmann andererseits werden dabei gelegentlich (und subkutan durchaus oft) als Referenzpunkte unverträglicher Lager instrumentalisiert. Die zum Teil stereotypen Zuordnungen beziehen sich auf Behauptungen wie jene sei kritisch, diese affirmativ; die eine empathiefähig, die andere zynisch; etc.

Dabei ist dieses Narrativ, dass so verdächtig suggestiv von zwei Theorie-Antipoden handelt, im Lichte einer Beobachtung dritter Ordnung gar nicht so einleuchtend. Betrachtet man die einschlägigen Konstruktionen der beiden Großtheorien hinsichtlich der zugrunde liegenden Unterscheidungen und blinden Flecken, kommen deutliche Parallelen zu Tage. So kann man mit Baecker die systemtheoretische Konzeption von Gesellschaft und Ökonomie durchaus als ein Aufheben (im hegelschen Sinne) Marx'scher Konzepte betrachten (vgl. Baecker 1998; Kühl 1998). Demnach wird die Analyse, welche bei Marx auf Wirtschaft beschränkt bleibt, von der Systemtheorie der Form nach auf mehrere gesellschaftliche Subsysteme ausgeweitet und damit letztlich radikalisiert (vgl. Pahl/Mayer 2009: 286).<sup>77</sup> Freilich bleibt das theoretisch nicht folgenlos. Die systemtheoretischen Gesellschaftsdiagnosen münden in „Revisionen“ hinsichtlich „des gesellschaftlichen „Primats der Ökonomie“ sowie der ökonomiekritisch begründeten Annahme einer Revolution der Gesellschaft“ (ebd.) – dies aber nicht gegen, sondern mit einem in bestimmter Weise radikalisierten Marx. Die scheinbaren Antipoden stehen nach dieser Lesart in einer Linie. Zugespitzt gesagt: die Systemtheorie nimmt einige, von Marx stammende gesellschaftstheoretische Theoriefiguren nur ein Stück ernster, als deren Proponenten.

Ein erster Ertrag des Benutzens einer systemtheoretischen Brillenmethode besteht demnach in der Dekonstruktion des oben stehenden Vorurteils. Es ist zu konzедieren, dass unterm Strich eine Schnittmenge bezüglich der Existenz einer eigenlogischen ökonomischen Sphäre besteht. Moderne Wirtschaft -und damit auch die marktvermittelte Form der Zuordnung von Personen zu Arbeit – gilt sowohl Luhmann als auch Marx als ein verselbstständigter Prozess. Schon die bekannte Notation des Marx'schen Konzepts der Kapitalbewegung G-W-G' (vgl. Marx 1962) verweist in ihrer Form auf eine konstitutiv selbstbezügliche Struktur. Stellt man Luhmanns Ausführungen zum Wirtschaftssystem daneben, nach denen es hier im Kern darum geht, dass sich Zahlungen an Zahlungen (vgl. Luhmann 1988) anschließen, ist eine Ähnlichkeit nicht zu leugnen. Dabei wird auch nicht die Kategorie des Profits ignoriert, sondern erst einmal ganz parallel als Motiv eines „reflexiven Prozesses“ verstanden, bei dem es darum

---

<sup>77</sup> Das setzt voraus, dass meine eine Beobachterposition dritter Ordnung einnimmt und die leitenden Unterscheidungen dekonstruiert, anstatt die Theorien hinsichtlich des Unterschiedenen gegeneinander zu halten.

geht, die „Möglichkeiten des Zahlens wieder aufzufrischen und nach Möglichkeit zu vermehren“ (ebd.: 56).

Ab diesem Punkt treten die beiden Ansätze dann deutlich auseinander. Für Marx wird der in  $G'$  kondensierte Mehrwert erzeugt, indem der Kapitalist Arbeit konsumiert. Die kommodifizierte Arbeitskraft – der doppelt freie Lohnarbeiter – gilt damit als notwendige Voraussetzung der Kapitalbewegung, die Warenförmigkeit von Arbeitskraft als das zentrale Moment kapitalistischer Vergesellschaftung, der ökonomische Mechanismus als Triebfeder des gesellschaftlichen Hauptwiderspruchs zwischen Lohnarbeit und Kapital. Für Luhmann ist Profit ein Motiv der autopoietischen Schließung *eines* Funktionssystems der Gesellschaft, nämlich des Wirtschaftssystems. Und genau weil Profit zur operativen Schließung führt, können andere, ebenfalls operativ geschlossene Sozialsysteme von Profit nicht determiniert werden. Dadurch, dass Zahlungen als Letztereignisse des Wirtschaftssystems nur aus Zahlungen (re)produziert werden, gelingt es der Wirtschaft, sich gegenüber anderen Kommunikationszusammenhängen unabhängig zu machen – und vice versa. Alle oben ausgeführten Annahmen des systemtheoretischen Konstruktivismus gelten auch hier. Kapital, Arbeit und anderes wird damit keinesfalls ausgeschlossen, aber anders behandelt: nämlich als „derivate Sachverhalte“ (vgl. Luhmann 1988: 55)

An den jeweiligen Ansätzen knüpfen viele weitere, unvereinbare Theorieentscheidungen an. Worauf es mir mit der Betonung der Gemeinsamkeiten ankommt, ist zu zeigen, dass man mit Luhmann nicht komplett auf Marx oder auf Theoriefiguren der Ökonomik verzichten muss. Was aber wichtig ist, ist die konsequente Analyse der Systemreferenz jeweiliger Kommunikationen. Wer beobachtet wen? Oder genauer: Welche (beobachtenden) Beobachter beobachten die wissenschaftlichen Beobachter? Die eine Perspektive betrachtet auf der Basis ökonomischer Begriffe die gesamte Gesellschaft, die andere adressiert damit nur einen ausdifferenzierten Bereich. Zunächst geht es in Luhmanns Wirtschaftssoziologie darum, dieses Punktes gewahr zu werden. Die systemtheoretischen Zweifel an einer marxistischen oder einer ökonomischen Perspektive beziehen sich also gar nicht primär auf einzelne ökonomische Kategorien oder bestimmte wirtschaftswissenschaftliche Konzepte, sondern erst einmal auf die Frage, in Bezug auf welchen Phänomenbereich jeweils argumentiert wird.

#### **4.7      Arbeitsmarkt als systeminterne Umwelt**

Die Frage, von wo aus Wirtschaft, Markt und dann auch Arbeitsmarkt beobachtet werden, ist ein zentraler Punkt in Luhmanns Wirtschaftssoziologie. So ergeben sich aus einer systemtheo-



retischen Perspektive zwei Möglichkeiten, wirtschaftliche Kommunikationen, also auch Arbeitsmärkte, zu thematisieren. Einerseits kann man (beispielsweise von einem wissenschaftlichen Standpunkt) aus das Funktionssystem Wirtschaft und die hier ausdifferenzierten Marktkommunikationen in den Blick nehmen. Aus differenztheoretischer Perspektive stößt man wie oben skizziert dabei auf einen autopoietisch prozessierendes Kommunikationssystem, dessen Kerngeschäft im Produzieren von Zahlungen aus Zahlungen besteht. Das ist aber, so die systemtheoretische These, nicht die Perspektive der teilnehmenden Systeme, wenn es um Marktkommunikation geht. Ihnen erscheint Wirtschaft in der Form von Märkten als eine „*besondere Umwelt*“, deren spezifische Qualität darin besteht, die betreffenden Kommunikationen anderer, am Markt partizipierende und operativ geschlossener Systeme zu beobachten (vgl. Luhmann 1988: 94).

Diese beiden Perspektiven – und das ist die Pointe dieses Ansatzes – adressieren nicht-identische Perspektiven auf einen identischen Gegenstand (ebd.: 93). Wirtschaft und Märkte als Gesamtsystem von ‚außen‘ entlang entsprechender Unterscheidungen zu beobachten, führt zu Zustandsbeschreibungen etwa des Arbeitsmarktes und der Identifikation ökonomischer Mechanismen. Dies mag die Bedürfnisse der betreffenden wissenschaftlichen, politischen oder im System der Massenmedienpositionierten Beobachter befriedigen und die Formulierung von Modellen und Prognosen (z.B. in Orientierung am Code Wahrheit/Unwahrheit), das Postulieren moralischer Bedenken usw. ermöglichen. Diese Beobachtungsweise missachtet aber, dass am Arbeitsmarkt engagierte Betriebe oder Haushalte von einem anderen Beobachterstandpunkt aus kommunizieren. Sie beobachten die Wirtschaft als systeminterne Umwelt, und d.h., sie erscheint ihnen als Markt.<sup>78</sup> Diese Sichtweise ist an mehreren Punkten theoretisch folgenreich:

Die für das Thema Internet und Arbeitsmarkt am weitesten reichende Implikation dieses Konzepts ist, dass Arbeitsorganisationen (sowie Haushalte) als Systeme verstanden werden, welche die ‚Logik‘, der sie folgen, selbst setzen. Organisationen gelten als autopoietische Systeme, die sich operativ schließen und die mit Hilfe der dadurch aufgebauten Komplexität umweltbezogen kommunizieren können. Organisationen unterscheiden sich von anderen selbstproduzierenden Systemen (wie z.B. dem Funktionssystem Wirtschaft) durch die Verwendung von Operationen eigenen Typs, die Luhmann als Entscheidungen bezeichnet (vgl. Luhmann 2000). Die These ist, dass der Kommunikationsprozess in Organisationen darin besteht, aus Entscheidungen weitere Entscheidungen zu produzieren. In dieser Hinsicht unterscheidet sich die systemtheoretische Konzeption dann auch markant von der „klassische[n]

---

<sup>78</sup> Luhmann spricht auch davon, dass die ‚von außen‘-Perspektive das Wirtschaftssystem als Einheit erscheinen lasse, die partizipierenden aber Wirtschaft als Differenz beobachten (Luhmann 1988).

Theorie bürokratischer Organisationen (etwa Max Weber)“, die davon ausging, „dass es für alle Organisationen einen extern gebildeten Willen gibt, dem sie dienen“ (ebd.: 415). Aus Luhmanns Sicht wird der Wille (verstanden als Metapher), dem Organisationen verpflichtet sind, in den Organisationen selbst kommunikativ konstruiert. Märkte und auch Arbeitsmärkte gelten dann als kommunikative Artefakte von Organisationen und anderen sozialen Systemen (Familie, Haushalt), die in den Prozess des Entscheidens einfließen und mit denen sie sich an Wirtschaft koppeln.

Aus systemtheoretischer Perspektive erzeugen Funktionssysteme sowie alle anderen sozialen Systeme Möglichkeitsüberschüsse: Zahlungen können z.B. für Arbeit oder für Aktien eingesetzt werden. Um hier weiterzukommen, etablieren sich entscheidungsfähige Organisationen. So heißt es: „Offenbar führt (...) die Ausdifferenzierung der Systeme, ihre operative Schließung und ihr selbstreferentielles Operieren zu einer Erzeugung von Möglichkeitsüberschüssen, die als strukturelle Unbestimmtheit erfahren und auf Selbstorganisation verwiesen werden“ (Luhmann 2000: 415). Zusammengefasst bedeutet das: Soziale Systeme versorgen Organisationen mit Problemen (Inhalten, Möglichkeiten), über die entschieden werden muss; Organisationen versorgen Funktionssysteme mit Entscheidungen.

Damit verbunden ist auch eine bestimmte Konzeption hinsichtlich der Ausdifferenzierung von Märkten. Wenn Organisationen mit unterschiedlichen Umweltkonstrukten operieren, sich in verschiedener Weise und in verschiedenem Ausmaß von Umweltkommunikation irritieren lassen, und auch Arbeitsmärkte als Resultate von Entscheidungen auf der Basis solcher Konstruktionen gelten, dann liegt der Schluss nahe, von der Existenz heterogener Marktlagen auszugehen. Tatsächlich konzipiert auch Luhmann Märkte als heterogene Phänomene. Dies kann man mit einem Verweis auf die Komplexität marktförmiger Kommunikation begründen. Das Argument lautet, dass die daraus resultierende Notwendigkeit einer „selektiven Lenkung von Aufmerksamkeit“ eine „praktisch allein relevante Orientierung an sehr kleinen Märkten“ verursacht (Luhmann 1988: 109). Außer gelegentlichen Statements, wie etwa diesem, dass „Arbeitsmärkte (...) in sich differenziert sein können“ (ebd.: 115), gibt es aber wenige explizite systemtheoretische Ansätze zum Thema Arbeitsmarkt (vgl. aber Bommes/Tacke 2001, Schröder et al. 2008; Hadamek 2009; Schröder 2012).

An diesem Punkt kann man an einige wichtige Erkenntnisse der empirischen segmentationstheoretischen Arbeitsmarktforschung anschließen. Segmentationstheoretisch werden heterogene, als Segmente ausdifferenzierte Teilarbeitsmärkte unterschieden, in denen Arbeitsmarktakteure ihre arbeitsmarktbezogenen Probleme den verschiedenen Gegebenheiten folgend lösen. Als Bausteine von Teilarbeitsmärkten gelten jeweils unterschiedliche betriebliche

Beschäftigungssysteme, die als distinkte „sozioökonomische Räume innerhalb von Erwerbsorganisationen“ verstanden werden. Kennzeichnend für betriebliche Beschäftigungssysteme sind typische Muster der Allokation, Qualifikation und Gratifikationen. Auf Basis dieser Eigenschaften – so das segmentationstheoretische Argument – öffnen sich betriebliche Beschäftigungssysteme graduell zum jeweiligen Teilarbeitsmarkt. Empirisch operationalisiert wird dies über die typische Beschäftigungsdauer auf Stellen in einem betreffenden betrieblichen Beschäftigungssystem. Abhängig vom Niveau der Öffnung oder Schließung ist es dann die Logik des Marktes oder die Logik der Organisation, die ein bestimmtes Beschäftigungssystem reguliert (Köhler/Krause 2010).

Aus segmentationstheoretischer Sicht ist damit aber nur eine von zwei relevanten Dimensionen des segmentierten Arbeitsmarktes bezeichnet. Die zweite Dimension diskriminiert gute Jobs von schlechten, operationalisiert über verhältnismäßig hohe oder niedrige Löhne und eröffnet so Anschlüsse für die Analyse sozialer Ungleichheit. Ergebnis dieser Konzeption ist eine heuristisch gemeinte zweidimensionale Matrix, mit deren Hilfe Segmentationslinien und Spaltungstendenzen am Arbeitsmarkt überzeugend dargestellt werden können (ebd.).

Hinsichtlich der Basisannahme, dass sich der Arbeitsmarkt ausdifferenziert und in heterogene Segmente zerfällt, laufen segmentationstheoretische Arbeitsmarktforschung und systemtheoretische Konzepte dabei auf einem Gleis. *Den* Arbeitsmarkt gibt es nicht; verschiedene Arbeitsmarktakeure beziehen sich auf verschiedene Kontexte bei der Lösung ihrer arbeitsmarktrelevanten Bezugsprobleme. Aus brillenmethodologischer Perspektive sind beide Ansätze daher an einem grundlegenden Punkt ähnlich verankert und können so als kommensurable Ansätze begriffen werden. So kann man auch hinsichtlich des Themas Arbeitsmarkt und Internet aus beiden Perspektiven zu einer gemeinsamen Hypothese kommen: Keinesfalls ist zu erwarten, dass das Internet flächendeckend den Arbeitsmarkt verändert.

Vor diesem Hintergrund kann man mit Blick auf die Fragen, unter welchen Bedingungen und mit welchen Folgen sich arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen etablieren, insbesondere an die empirischen Ergebnisse segmentationstheoretischer Forschung anschließen. Dabei gilt es aber, dieses Wissen auf die systemtheoretische These von Märkten als ausdifferenzierte Beobachtungen wirtschaftssysteminterner Umwelt zu beziehen, und Teilarbeitsmärkte als Konstruktionen aus der Perspektive der jeweiligen Arbeitsmarktakeure zu betrachten. Die Probleme, die möglicherweise die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen anstoßen, müssen dann als Konstruktionen der an den Teilarbeitsmärkten partizipierenden Arbeitsmarktakeure (und nicht als Probleme der Märkte selbst) verstanden werden.

Anders formuliert: Einer der Punkte, an dem der segmentationstheoretische Ansatz aus systemtheoretischer Perspektive dann konzeptionell einer Verschiebung bedarf, ist dann die Frage, welcher Art diese Probleme sind. Die in die Segmentationsmatrix aufgenommenen Dimensionen (Lohnhöhe und Kommodifizierungsniveau) sind jedenfalls durchgängig ökonomischer Natur. Zunächst kann man auch hierin noch eine (teilweise) Gemeinsamkeit sehen. Denn wenn man Märkte systemtheoretisch als wirtschaftssysteminterne Umwelt der jeweiligen Akteure versteht, ist immer eine ökonomische Dimension im Spiel. Dies gilt auch am Arbeitsmarkt. Sobald Arbeitskraft gegen Zahlung und über Preise vermittelt an die organisatorische Autopoiesis gekoppelt ist, geht es um Ökonomie.

Hier sind aber zum einen graduelle Unterschiede zu erwarten, insofern einige Arbeitsmarktakteure deutlicher an Gewinn orientiert sind als andere. Grundsätzlich kommunizieren zwar alle Organisationen marktförmig, sobald im Rahmen von Mitgliedschaften (Luhmann 2000: 202) Arbeit über Zahlungen konditioniert wird. Aber der Stellenwert dieser Orientierung an Wirtschaft ist (siehe die Argumente zur funktional differenzierten Moderne in diesem Kapitel und auch in der Einleitung) nicht per se der ranghöchste oder sozial dominante. Zum anderen ist die Frage, was es bedeutet, wenn man mit der Systemtheorie davon ausgeht, dass soziale Systeme, die zum Arbeitsmarkt kommunizieren, als autopoietisch operierende Systeme von keinem anderen Kommunikationssystem, auch nicht von Wirtschaft, determiniert werden können. Die These ist, dass die empirischen Formen von Teilarbeitsmärkten, sich den benannten Konstruktionsleistungen der beteiligten Arbeitsmarktakteure verdanken. Festzuhalten bleibt, dass Arbeitsmärkte in heterogene Teilbereiche ausdifferenziert sind und sich ein systemtheoretisch reformulierter Segmentationsansatz für die Analyse der entsprechenden Phänomene auch hinsichtlich des Themas Internet am Arbeitsmarkt empfiehlt. Aus systemtheoretischer Perspektive muss die Leitfrage dabei lauten, wie Arbeitsmarktakteure ‚ihren‘ Teilarbeitsmarkt konstruieren.

Wie oben schon angedeutet ist die systemtheoretische Konzeption solcher Konstruktionsprozesse im Kern mit folgender Annahme verbunden: Die Kommunikation von Organisationen richtet sich auf die rekursive Erzeugung von Entscheidungen aus Entscheidungen. Solche Entscheidungen betreffen dann auch Entscheidungsprämissen, verstanden als Festlegungen, „die bei ihrer Verwendung nicht mehr geprüft werden“ (ebd.: 222). Z.B. entscheiden Organisationen darüber, an welchem Funktionssystem sie vorrangig orientiert sind.<sup>79</sup> Krankenhäuser als Organisationen des Gesundheitssystems organisieren die am Leitcode gesund/krank orien-

---

<sup>79</sup> In der Systemtheorie wird das Verhältnis von Organisationen und Funktionssystemen als Baustelle thematisiert. So wird diskutiert, ob und wie dieses Verhältnis mit dem Konzept der Mehrfachorientierungen beschrieben werden kann (vgl. Beetz 2003; Kneer 2001).

tierte Kommunikation des Gesundheitssystems.<sup>80</sup> Gerichte können als Organisationen des Rechtssystems verstanden werden. Parteien und Parlamente gelten als politische Organisationen usw. Jeweils partizipieren sie *auch* am Wirtschaftssystem, indem sie für Arbeitskraft zahlen. Insofern folgen sie auch einer wirtschaftlichen Logik, die im Falle solcher Organisationen aber eher als Randbedingung, als Eckpunkte des Möglichkeitshorizontes bei der Zuordnung von Personen zu Arbeit in den Entscheidungsprozess einfließen dürfte. Das Kernproblem eines (nicht privatisierten) Krankenhauses ist die Unterscheidung Krankheit/Abwesenheit von Krankheit, nicht Profit. Auch eine politische Partei kommuniziert zum Thema Arbeitsmarkt, ist dabei aber nicht von einer monetären Gewinnabsicht getragen. Arbeitsorganisationen sind also nicht zwingend zur Verwirklichung ökonomischer Interessen verurteilt. Nichts legt eine Organisation darauf fest, sich primär am Wirtschaftssystem, und dort am Profit zu orientieren – außer sie selbst.

Und auch wenn Organisationen sich als profitorientierte Unternehmen etablieren, gefährdet das nicht die Autopoiesis solcher Organisationen als Entscheidungssysteme. Anders gesagt: Auch im Falle maximal ökonomisierter Unternehmen gibt es keinen unvermittelten Durchgriff des Wirtschaftssystems auf die betreffenden Organisationen. In der Praxis eines Unternehmens zeigt sich das im Umgang mit Profit. Das gewinnorientierte Unternehmen reduziert die Komplexität der (tendenziell gesamten) Umwelt, indem es sich an die Reduktionen des Wirtschaftssystems koppelt, andere Unternehmen über das Kriterium des Preises beobachtet und auf dieser Basis versucht, zu Gewinnen zu kommen. So bleibt ungewiss (und muss ungewiss bleiben), ob die vom Unternehmen getroffenen Entscheidungen tatsächlich zu Gewinnen führen. Weil sich in den jeweiligen Teilarbeitsmärkten mehrere autopoietische Systeme beobachten und diese Praxis selbst wieder zu einem rekursiv vernetzten Kommunikationszusammenhang (Wirtschaft) emergiert, der auf die Organisation in Form einer ungewissen Umwelt zurückwirkt, macht sich die Unternehmensorganisation durch ihre eigenen Beobachtungsleistungen von Prozessen abhängig, die jenseits ihrer Grenzen, oder deutlicher: jenseits ihres Einflussraumes liegen.

Diese konstitutive, aus der Praxis von Beobachtungen erster Ordnung unvermeidlich resultierende Ungewissheit ist dann für Baecker der Anlass, vom Gewinn als „Problemgesichtspunkt“ zu sprechen. Die konzeptionelle Pointe dieser Formulierung ist, dass die Kommunikation von Gewinn in keinem Sinn als ein eindeutiges Kriterium zur Diskriminierung guter von schlechten Alternativen verwendet werden kann. Vielmehr „zwingen“ sich, so Baecker, die Unternehmen auf diese Weise dazu, „laufend die eigenen Möglichkeiten unter dem Gesichts-

---

<sup>80</sup> Was sicherlich eine Diagnose ist, die eher zu Luhmanns Lebzeiten zutraf, als in heutigen gewinnorientierten Zeiten.

punkt möglicher Alternativen zu prüfen“ (Baecker 1999: 238). Als Schlagwort formuliert heißt das: „Der Gewinn ist ein Argument, kein Urteil“ (ebd.: 239).

In diesem Lichte ist dann auch der Status der, in der segmentationstheoretischen Forschung veranschlagten Bezugsprobleme von Arbeitsmarktakeuren zu betrachten. Im Anschluss an die neue Institutionenökonomik geht man davon aus, dass betriebliche Arbeitsmarktakeure an einer hohen Verfügbarkeit und an einer großen Leistungsbereitschaft qualifizierten Personals interessiert sind. Individuelle, in Haushaltsarrangements eingebundene Arbeitsmarktakeure seien dagegen vorrangig an Einkommen und Sicherheit interessiert. Aus dem wechselseitigen (aber zugunsten von Unternehmen asymmetrischen) Ausgleich dieser ökonomischen Interessen ergeben sich dann je nach Angebot und Nachfrage bestimmte Teilarbeitsmarktstrukturen. Teilarbeitsmärkte sind aus dieser Perspektive jeweils angepasste Artikulationen des ökonomischen Mechanismus.

Mit Baecker müsste man hier darauf verweisen, dass diese Bezugsprobleme, so sie tatsächlich *in dieser Weise* in die alltägliche Arbeitsmarktkommunikation einfließen, selbsterzeugte „Problemgesichtspunkte“ (neben möglicherweise anderen) sind, die zur Erzeugung eines Entscheidungsdrucks und zur Legitimation von Entscheidungen genutzt werden<sup>81</sup>. Teilarbeitsmärkte entstehen dann als Beobachtungsleistungen von Organisationen und anderen Arbeitsmarktakeuren, die sich entlang solcher Problemgesichtspunkte zu Entscheidungen veranlassen. Der Ertrag, den diese Reformulierungen mit sich bringen, kann selbstverständlich nicht die (gerade zeitdiagnostisch absurde) Unterstellung sein, dass Verfügbarkeit und Leistung für Unternehmen nur geringe Bedeutung haben, oder individuellen Arbeitsmarktakeuren an einem sicheren Einkommen nicht so viel liegt. So zu schlussfolgern wäre nicht nur empirisch völlig naiv, sondern auch theoretisch ungedeckt. Denn insofern Organisationen Mitgliedschaft im modernen Kontext zu einem nicht geringen Teil über Zahlungen konditionieren, spielen ökonomisch konstruierte Problemgesichtspunkte (aka Bezugsprobleme) fast automatisch eine Rolle.

Man kann aber sehen, dass auch andere Irritationen (mit Referenz auf Arbeitsrecht, Managementdiskurse, wirtschaftswissenschaftliche Modelle etc.) in Konstruktionen übersetzt werden, welche in personalstrategische Entscheidungen einfließen, und die Ausgestaltung von Beschäftigungssystemen in der Form von Bifurkationen an den betreffenden Stellen von Ent-

---

<sup>81</sup> Die Frage, ob bei längerfristig erfolglosem Agieren in wirtschaftlicher Hinsicht Unternehmen ihre Existenz gefährden, kann vor diesem Hintergrund als Legitimationsnarrativ mit besonderem Nachdruck eingeordnet werden. Dass tatsächlich Unternehmen scheitern, d.h. in einem evolutionären Prozess ihre Autopoiesis einstellen, ereignet sich ohnehin nicht als Folge einer ‚falschen‘ Entscheidung, sondern aus der Gesamtentwicklung des ‚ökologischen‘ Systems mit den beteiligten Funktionssystemen (Wirtschaft, Politik, ...) sowie der Vielzahl von Organisation und anderer Akteure.

scheidungssequenzen lenken können.<sup>82</sup> So wäre eine These hinsichtlich arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen, dass sich deren Etablierung oft initial dem massenmedialen Hype ums Internet verdankt (siehe Kap. 2), und das ökonomische Narrativ dann zur Legitimation der betreffenden Entscheidung herangezogen wird. Die Behauptung ist, dass ökonomische Bezugsprobleme keinen Lösungsautomatismus generieren und auch nicht als Quell für Urteile fungieren, sondern als Argumente (für die eine oder auch die andere Lösung) in die kommunikative Selbstproduktion von Organisationen einbezogen werden.

Formuliert man das noch einmal anders, ist die Vorstellung der Möglichkeit eines ökonomischen Urteils über die Profitträchtigkeit eines Rekrutierungskanals als eine idealisierte, und beobachtungstheoretisch ungedeckte Vereinfachung einzuschätzen. Wenn gilt, dass vom Gewinnkriterium oder von der Kommunikation der benannten Bezugsprobleme kein eindeutiges Urteil abgeleitet werden kann, ist die Frage, warum Betriebe das Internet für Arbeitsmarktbelange einsetzen, nicht allein von ökonomischer Relevanz. Hier deutet sich an, das und wie ökonomische, technologische und kulturelle Aspekte ineinandergreifen. Wie dies in der Praxis von Arbeitsmarktakteuren ausgestaltet wird, welche Aspekte größeres und welche kleineres Gewicht bekommen, ist letztlich eine empirische Frage. Theoretisch bestimmen lassen sich allerdings weitere mögliche Irritationspunkte für die betreffenden Entscheidungsprozesse in Unternehmen. So kann man vermuten, dass Kopplungen an internetaffine oder -ablehnende Personen (im Sinne von Entscheidungsprämissen, vgl. Luhmann 2000) eine Rolle spielen; dass der massenmediale Hype ums Internet auch in Organisationen als beobachtete Umwelt relevant wird; dass eine bestimmte Branchenkultur eine Rolle spielt usw.<sup>83</sup> In die Sprache quantitativer Sozialforschung übersetzt, würde man die rekursive Erzeugung von Entscheidungen über den arbeitsmarktbezogenen Einsatz des Internets als abhängige Variable einsetzen, und die hier sogenannten Irritationspunkte als unabhängige Variablen betrachten.<sup>84</sup>

---

<sup>82</sup> Aus dieser Perspektive eines systemtheoretischen Konstruktivismus sind soziologische Einblicke in Personalpolitiken dann auf der Basis solcher Fragen sinnvoll: Glauben Betriebe, angeregt durch Wirtschaftswissen, das über Managementliteratur diskursiv vermittelt wird, dass langfristige Beschäftigung im Sinne der benannten Bezugsprobleme zielführend ist, oder sind gerade Kurzfristlösungen en vogue? Sind Betriebe überhaupt ‚kognitiv‘ in der Lage, Bezugsprobleme auf diesem abstrakten Niveau (Stichwort Unternehmensgröße) in ihre Entscheidungsfindung einfließen zu lassen? Und werden ökonomische Mechanismen nicht auch von Tendenzen sozialer Schließung überlagert? Die Frageliste lässt sich verlängern. Hinsichtlich der Bezugsprobleme von Beschäftigten soll hier nur noch die polemisch gemeinte Frage angehängt werden, warum trotz prekär(st)er Aussichten jedes Jahr die Ausbildung zum Friseur ein Wunsch vieler junger Menschen ist?

<sup>83</sup> Auch hier geht es nicht darum zu zeigen, dass alles mit allem zusammenhängt. Gerade die Perspektive auf operativ geschlossene Organisationssysteme bedeutet einen klaren Fokus auf die Frage, wie Entscheidungen aus Entscheidungen produziert werden.

<sup>84</sup> Diese Übersetzung ist illustrativ gemeint. Aus systemtheoretischer Perspektive, handelt es sich sowohl bei der abhängigen als auch bei den unabhängigen Variable um Konstruktionen des betreffenden Systems. Insofern beide Elemente einer rekursiven Selbsterzeugung sind, kann die Unterscheidung nur einen heuristischen Status beanspruchen.

## 4.8 Typologie von Erwerbsorientierungen

Solche Irritationspunkte sind, wie schon angedeutet, vielfältig gegeben. So werden ökonomische, aber auch kulturelle oder technologische Irritationen in Organisationen im Entscheidungsprozess verarbeitet. Die oben skizzierten Perspektiven auf das Thema Arbeitsmarkt und Internet sind aus systemtheoretischer Perspektive also zunächst durchaus alle relevant. In derselben Weise kann man für das Thema Erwerbsorientierungen argumentieren. Kommunikationen, die sich um das drehen, was man soziologisch unter dem Begriff Erwerbsorientierungen subsumiert, sind Sequenzen in Interaktionssystemen wie Familien und Haushalten. Sie betreffen Personen und deren weitere Vergangenheit und Zukunft in Hinsicht auf Arbeitsmarkt und Berufsleben. In Erwerbsorientierungen sind je spezifische Subjektivierungstypen – also je spezifische Formen der Adressierung von Personen eingelassen und bestimmte Konstruktionen des Arbeitsmarktes eingelassen.<sup>85</sup> Dabei gilt es genau zu unterscheiden, ob diese Kommunikationen primär am generieren von Profiten ausgerichtet sind, oder ob es hauptsächlich um kommunikative Bezüge aus anderen Bereichen der funktional ausdifferenzierten Moderne geht.

Eine in den letzten Jahrzehnten dominierende Form der Erwerbsorientierung ist am so genannten Normalarbeitsverhältnis ausgerichtet. Vorderstes Merkmal einer solchen Erwerbsorientierung ist die wechselseitige Treue und Loyalität zwischen einem Betrieb und einem individuellen Arbeitnehmer. Im Zentrum dieser Erwerbsorientierung stehen die Belange des jeweiligen Organisationssystems. Diese Belangen, die im Zuge der Organisationskommunikation selbst wiederum in unterschiedlicher Form an den Eigenwerten fremdreferenziell kommunizierter Funktionssysteme ausgerichtet sind, ist jeweils adressierte Person vermittelt über organisatorisch produzierte Hierarchie und Disziplin zuvorderst verpflichtet. So wird Arbeitsmarktkommunikation auch hier zumeist als Auseinandersetzung um Positionen in der hierarchischen Stellenstruktur einer betrieblichen Organisation konstruiert. Segmentationsansätze setzen hierfür den Begriff des internen Arbeitsmarktes ein. So es überhaupt zur Kommunikation mit Bezug auf überbetriebliche Arbeitsmärkte kommt, werden diese in dystopischer Rhetorik als tendenziell existenzielle Bedrohung gedeutet. Entsprechend sind anrufenden der hier produktiv verpflichteten Subjekte von Selbst- und Weltverhältnissen grundiert, welche die Kommunikation von langfristiger, durch Disziplin und Loyalität garantierte Sicherheit als dominanten Bezugspunkt setzt. Zurechnungspunkt für die individuellen Verläufe einer Er-

---

<sup>85</sup> Luhmann verwendet hier den Begriff der Karriere (vgl. Luhmann 2000: 80-122; ebenso: Luhmann 1994; Becker/Haunschild 2003).



werbsbiografie ist hier in großem Maße die betriebliche Organisation, und der von dieser eröffnete Möglichkeits- und Sicherheitsraum.

Erwerbsorientierungen können auch daran ausgerichtet sein, die eigene Arbeitskraft als Humankapital aufzufassen, und diese in investierender Hinsicht zu behandeln. Dies betrifft z.B. Bildungsentscheidungen. So kann eine Weiterbildung mit dem Ziel absolviert werden, einen höheren Lohn zu generieren. Hier läge ein enger Bezug auf das Wirtschaftssystem vor. Beobachtungstheoretisch gesprochen hieße das, dass im Rahmen einer solchen Erwerbsorientierung im Modus der Beobachtung erster Ordnung die Unterscheidung Zahlung/Nichtzahlung als wichtigste Unterscheidung fungiert. Im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung geraten dann andere Arbeitskräfte als Konkurrenten von Profitchancen in den Blick, der Arbeitsmarkt ist das, wofür Ökonomik und einige entsprechende Ansätze aus der Arbeitsmarktsoziologie in halten: ein Feld, in dem sich qua ökonomisch rational ausgehandelter Kämpfe monetäre Gewinner von Verlierern scheiden. Erwerbsorientierungen dieses Typs wären dann auch im systemtheoretischen Sinne als ökonomisierte Erwerbsorientierungen zu bezeichnen; Subjektivierung folgt hier dem Muster, das im Kontext der These des Arbeitskraftunternehmers (vgl. Voß/Pongratz 1998) verhandelt wird. Insbesondere in der Dimension des aktiven Angebotsverhaltens unterscheidet sich dieser Subjektivierungstyp von anderen.

Erwerbsorientierungen können aber auch genauso gut auf die kommunikativen Setzungen anderer Sozialsysteme bezogen sein. Hier kommen insbesondere Haushalt und Familie infrage. Lohn wird hier als Einkommen konstruiert, weil es den Rahmen für die jeweilige Intimkommunikation garantiert. Da in diesem Kontext in der Regel mehrere Personen adressiert werden (Partner, Kinder, pflegebedürftige Angehörige), ist im Einzelfall der Lohn aber nicht die entscheidende Größe. So kann es zum Verzicht auf Lohnvorteile kommen, um räumliche Restriktionen für die betreffenden Interaktionssysteme zu vermeiden oder Ähnliches. Dies kann bis zum zeitweisen Verzicht auf Erwerbseinkommen reichen, etwa wenn Elternteile Kinderbetreuungszeiten einbauen. Insgesamt ist hier die Familie oder der Haushalt der dominante Bezugspunkt, was nicht heißt, dass wirtschaftliche Aspekte (Zahlung/Nichtzahlung) unbedeutend wären, sondern lediglich – sobald möglich – nachrangig behandelt werden. Arbeitsmarktkommunikation ist hier Mittel zum Zweck. Tendenziell erscheint sie als Bedrohung oder Zumutung, da sie einen zusätzlichen Irritationspunkt für Intimkommunikation bedeutet, die ohnehin prinzipiell im Mund dann Kontext zum Modus des Konflikts neigt. Arbeitsmärkte zu konstruieren bedeutet einen zusätzlichen Aufwand in Hinsicht des Aufbaus umweltbezogener Komplexität.

Denkbar sind auch Erwerbsorientierungen, in deren Zentrum kommunikative Bezüge (also selektive Konstruktionen von Umwelt) zu größtenteils massenmedial transportierten Diskursen und den darin eingelassenen Subjektivierungstypen stehen. Beispiele für entsprechende Tätigkeiten sind hier zum Teil klassische Professionen (vgl. Stichweh 2006) aber auch moderne Individualberufe (vgl. Voß 2001), wie sie in Kreativbranchen anzutreffen sind. Jeweils spielen Konzepte wie Selbstverwirklichung oder andere individualistische Ideologien eine bedeutende Rolle. Arbeitsmärkte werden hier als Ansammlung von Sprungbrettern in Jobs mit entsprechendem Potenzial für beispielsweise Selbstverwirklichung konstruiert. Die folgende Tabelle versucht eine Übersicht über diese Skizze möglicher Idealtypen von Erwerbsorientierungen darzustellen.

**Tabelle 3: Erwerbsorientierungen**

Erwerbsorientierung	Dominanter Umweltbezug	Konstruktion des Arbeitsmarktes	Subjektivierungstyp
Betriebsförmig	Arbeitsorganisation, Disziplin und reziproke Loyalität	Existenzielle Bedrohung	Normalarbeitsverhältnis
Ökonomisiert	Wirtschaftssystem, Profit	Chancenfeld und Raum mit unterschiedlichen Profitpotentialen	Arbeitskraftunternehmer
Familienförmig	Familie/Haushalt, Beitrag zum Haushaltseinkommen	Zusätzliche Zumutung	Familienmensch
Individualistisch	Massenmediale Diskurse, Kunstsystem, Selbstverwirklichungsprojekte	Möglichkeitsraum	Hedonistisch-kreativer Individualismus

Quelle: Eigene Darstellung

Empirisch operationalisiert und fruchtbar gemacht ist ein ähnliches Konzept (vgl. Barteczko et al. 2013) von der ForscherInnengruppe, die sich um das Projekt B2 des SFB 580 versam-

melt hat. Ergebnis ist hier vor allem, dass ökonomisierte Erwerbsorientierungen auf hohem Niveau nur äußerst selten anzutreffen sind (ebd.). Dieses Ergebnis deckt sich mit den empirischen Studien zum Arbeitskraftunternehmer, steht aber der Annahme einer verschärften Ökonomisierung entgegen, wie sie von den Gouvernamentalitätsstudien und von weiten Teilen des arbeitssoziologischen Diskurses zur Subjektivierung suggeriert oder offen vertreten werden.

Hinsichtlich der Frage zum Verhältnis von Arbeitsmarkt und Internet ist an diesem Versuch einer Typologie von Erwerbsorientierungen insbesondere ein Aspekt interessant. So lassen sich alle vier Typen von Erwerbsorientierungen hinsichtlich der Frage des Zurechnungspunktes den folgenden zwei Konstruktionen zuordnen. Betriebsförmige Erwerbsorientierungen stellen soziale Instanzen, definierte soziale Systeme ins Zentrum, wenn es um die Frage geht, wer für den Verlauf einer Erwerbsbiografie die entscheidende Verantwortung trägt. Anders verhält es sich bei individualistischen und ökonomisierten Erwerbsorientierungen. Hier trägt das eigene Selbst die Verantwortung. Das Arbeitsmarktgeschick des Selbstunternehmers und des kreativen Hedonisten gelten als Ausdruck von Willensstärke, Risikofreude, Einsatzbereitschaft und vielen anderen individuell zugeschriebenen Kräften. Aber auch beim familienförmigen Typ von Erwerbsorientierungen steht das Selbst im Zentrum, obwohl es zunächst anders zu sein scheint, da hier die Familie als soziales System den Maßstab bildet. Hintergrund ist hier, dass eine identische Person als Familienmitglied und als Arbeitskraft adressiert wird.

Dieser Aspekt ist deshalb für die Frage des Verhältnisses von Arbeitsmarkt und Internet so interessant, weil sich hier die These von einer Verstärkung der Kommunikation zum und einer Aufwertung des Selbstes im Internet unmittelbar anschließen lassen. Reformuliert würde die These also lauten, dass selbstzentrierte Erwerbsorientierungen im Kraftfeld arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen privilegiert werden. Diese These wird im folgenden Kapitel das zentrale Thema sein.

#### **4.9 Beobachtungstheoretische Schlussfolgerungen**

Greift man diesen Gedanken zusammenfassend noch einmal beobachtungstheoretisch auf, sieht man, dass Organisationen als an Wirtschaft partizipierende Systeme eigenen Typs oder in einer anderen Terminologie: als Marktakteure, im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung kommunizieren. Marktkommunikation heißt, Beobachter zu beobachten – und dieses Kommunikationsverhalten konstituiert erst den emergenten Kommunikationszusammenhang

namens Arbeitsmarkt. Organisationen beobachten qua fremdreferentieller Kommunikation im Vollzug ihrer entscheidungsfokussierten Autopoiesis alle möglichen Kommunikationen und soziale Systeme. Einem der beobachteten und in Entscheidungskommunikation auf diesem Weg einfließenden Kommunikationssysteme kann eine dominante Rolle zukommen. Dies kann das Gesundheitssystem, das Bildungssystem, das Recht, die Politik und aber eben auch (wie bei einer großen Zahl der Arbeitsorganisationen) die Wirtschaft sein. Von diesen Setzungen sind dann auch Arbeitsmarktkommunikationen als Beobachtungen zweiter Ordnung oder anders gesagt: als Beobachtungen der wirtschaftssysteminternen Umwelt in ihrer Form abhängig. Das gleiche Argument lässt sich für Erwerbsorientierungen und für die in diese eingelassenen Formen von Subjektivierung machen. Demnach sind Arbeitsmarktprozesse auch häufig nicht mit Blick auf ökonomische Dimensionen angemessen zu beschreiben oder zu erklären.

Diese beobachtungstheoretisch motivierte Konzeption von Teilarbeitsmärkten als ausdifferenzierte systeminterne Umwelt veranlasst zusammengefasst zu folgender Festlegung. Erstens müssen die beteiligten Arbeitsmarktakteure (Organisationen und Haushalte) als Referenzpunkt gelten, wenn man Arbeitsmarktprozesse soziologisch beschreiben oder erklären möchte. Akzeptiert man dies, befindet man sich notwendigerweise auf der Ebene von Theorie oder anders formuliert: in einer Position der Beobachtung zweiter Ordnung. Man beobachtet Beobachter und fragt, welche Unterscheidungen Organisationen und Haushalte bei ihrer Beobachtung von Beobachtern zugrunde legen. So wird sichtbar, dass auch diese Beobachter im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung erst die betreffenden Teilarbeitsmärkte konstituieren, aber aus ihrer Perspektive nicht als eigenes System, sondern in der Form preisvermittelter wechselseitiger Limitierung von wirtschaftlichen Möglichkeiten. Wenn Arbeitsmarktakteure als autopoietische, operativ geschlossene Kommunikationszusammenhänge gelten, dann sind arbeitsmarktbezogene Fragen solche, die sich auf die Art und Weise dieses Typs der Produktion von Kommunikationen richten.

Die Ausführungen des nächsten Kapitels werden sich darum drehen, den Einfluss des Verbreitungsmediums Internet auf die Kommunikation von Arbeitsmärkten als wirtschaftssysteminterne Umwelt näher in den Blick zu nehmen. Wie bisher klar wurde, lenken Kommunikationen im Internet die Aufmerksamkeit verstärkt auf das Selbst und machen den Markt sichtbarer. Möchte man diese Tendenz als Vermarktlichung bezeichnen, dann kann damit aber mit Rücksicht auf die oben stehenden systemtheoretischen Ausführungen nur die Zunahme und der Bedeutungsgewinn fremdreferentieller Kommunikation über arbeitskraftbezogene

wirtschaftssysteminterne Umwelt gemeint sein, und nicht zwangsläufig eine effizienz- und profitorientierte Ökonomisierung.

## 5 Beobachtung und Erwerbsorientierung. Empirische Perspektiven

Verbreitungsmedien scheinen mit Rücksicht auf die oben gesammelten, in medienhistorischer Perspektive gewonnen Erkenntnisse in engem Zusammenhang mit Entwicklungen der gesellschaftlichen Form der Zuordnung von Personen zu Arbeit zu stehen. Dies gilt gerade auch für die moderne Form des Umgangs mit diesem Problem: für Arbeitsmärkte. Die Frage ist, welche Rolle hier das sich zügig etablierende Internet spielt. Der Fokus liegt dabei auf Erwerbsorientierungen und dementsprechend auf der Frage, ob und wie arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen hier zur Geltung kommen. Im Folgenden sollen Thesen zu dieser Frage entworfen werden, die auf dem oben skizzierten beobachtungstheoretischen Fundament aufbauen und als Bezugspunkt für die anschließende empirische Auseinandersetzung mit diesem Thema fungieren können.

### 5.1 Betriebsförmige und selbstzentrierte Erwerbsorientierungen

Im vorhergehenden Kapitel wurde eine systemtheoretische Version eines Zugriffs auf Erwerbsorientierungen und Arbeitsmarktprozesse skizziert, in dessen Zentrum der Begriff der Beobachtung stand. Erwerbsorientierungen lassen sich beobachtungstheoretisch demnach hinsichtlich der Frage unterscheiden, ob Personen kommunikativ im Modus der Beobachtung erster oder zweiter Ordnung angerufen werden. Diese Unterscheidung läuft parallel zu den beiden folgenden grundlegenden Mustern. Als erwerbsbezogene Kommunikation im Modus der Beobachtung erster Ordnung verweist ein bestimmter Typ von Erwerbsorientierungen in allen wichtigen Belangen auf die soziale Instanz des Betriebes. Anders bei Kommunikationen, die Erwerbspersonen im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung anrufen: diese verpflichten in umfänglicher das Selbst der jeweiligen Person und platzieren es in einem marktförmigen Kontext durchgängig als Zurechnungspunkt. Hinter dieser These stecken folgende Annahmen:

*Betriebsförmige Erwerbsorientierungen* zeichnen sich dadurch aus, dass das Konzept und die Anrufung von Erwerbspersonen als Beobachtung erster Ordnung strukturiert sind. Folgende Fragen erscheinen im Rahmen dieser Konstruktion als bedeutend: Was sind die betrieblichen Anforderungen? Welche Erwartungen hinsichtlich einer Arbeitsleistung und hinsichtlich anderweitiger Engagements werden von betrieblicher Seite kommuniziert? Welche disziplinarischen Vergünstigungen und welche negativen Sanktionen finden sich im jeweiligen betrieblichen Umfeld? Welche Aufstiegschancen und Karrieremöglichkeiten bietet der Be-

trieb an? Die relevante Umwelt bildet ein Betrieb und dieser wird zugleich als Zurechnungspunkt für das Arbeitsmarktschicksal der Person installiert. Auf- und Abstiege liegen letztlich in der Hand des Betriebes und folgen dessen Konjunktur. Um Beobachtung erster Ordnung handelt es sich deshalb, weil hier etwas (der Betrieb, der Mitbewerber) ohne ein reflexives Konzept, vielleicht könnte man formulieren: in unmittelbarer Weise in die Kommunikation einer Erwerbsorientierung einfließt.

Natürlich spielt auch das Selbst in diesem semantischen Umfeld eine Rolle. Es tritt aber als Befehlsempfänger, als disziplinarisches Objekt auf die mehr oder minder hierarchisch gebaute Bühne, ist entweder loyal oder konfliktorientiert, emotional zu- oder abgeneigt, stellt aber fast überall die Kondition des jeweiligen Betriebs in den Mittelpunkt seiner Erwerbswelt. Erwerbsorientierungen dieses Typs vermessen Möglichkeitsspielräume nur diesseits des jeweiligen Betriebes. Natürlich kann „man-selbst“ aktiv einen Beitrag leisten, ist dabei aber immer an den Katalog der jeweiligen betrieblichen Konditionen gebunden. Aktivität findet ihren Bezugspunkt in disziplinarischen, zweckorientierten Programmen von Organisationen (vgl. Luhmann 2000; Gerst 2002), und mündet keinesfalls in einer Form von „Selbstermächtigung“ oder „Empowerment“ (Gerst 2002; Bröckling 2007). Auch dieses Selbst kontrolliert sich, stellt sich aber nicht reflexiv und im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung in Frage. Schärfer formuliert: Dieses Selbst weiß wenig von sich, dafür aber viel mehr von seinem disziplinarisch anrufenden Gegenüber. Es fragt nicht, *wie* es zu einer Situation kommt, sondern *was* die Situation ist.

- Insgesamt dominieren also in der subjektivierenden Dimension betriebsförmiger Erwerbsorientierungen die als Beobachtung erster Ordnung gerahmten Kommunikationen des Betriebes – etwa in der Form disziplinierender Anrufungen, die häufig emotional gedeutet und im Modus des Zu- oder Widerspruchs rezipiert werden.

*Am Selbst ausgerichtete Erwerbsorientierungen* zeichnen sich hingegen dadurch aus, dass Disziplin, Loyalität und emotionale Bindung nur transitives Element, nur strategische Komponente und Mittel zum Zweck sind – und das jeweilige Motiv ist dabei keinesfalls per se das Leitmotiv der jeweiligen betrieblichen Organisation. Selbstfixierte Erwerbsorientierungen können Kommunikationen aus den verschiedensten sozialen Bereichen im Mittelpunkt der Konstruktion ihrer Erwerbswelt haben, so z.B. einen Haushalt, eine Familie, kommunikative Motive aus dem Rechts-, dem politischen, oder dem wirtschaftlichen System oder dem vielleicht am stärksten massenmedial beförderten Konzept des hedonistischen, konsumaffinen Individuums folgen.

Erwerbsorientierungen dieses Typs „parasitieren“ an den kommunikationserhaltenden „Akteursfiktionen“ verschiedener „institutionalisierter Kommunikationspraktiken“ (Hutter/Teubner 1994: 110; Edeling 2012) und stellen die jeweilige Akteursfiktion als entsprechend konditioniertes Selbst ins Zentrum der Konstruktion von Erwerbswelt. Beispielsweise die Kommunikation unternehmerisch aktivierter Subjekte folgt der Akteursfiktion von Wirtschaftskommunikation – sie erwägen als „homo oeconomicus“ mögliche Renditen bezüglich verschiedener Einsätze ihres Humankapitals; Familienmenschen beziehen ihre Erwerbstätigkeit auf die Kommunikation des Haushalts; Hedonisten und Individualisten verpflichten sich und ihre Erwerbskarriere bestimmten Moden und Selbstverwirklichungsprojekten. Allen gemeinsam ist, dass die Frage nach der Wurzel für das eigene Arbeitsmarktschicksal nicht an eine betriebliche Organisation, sondern umfänglich ans eigene Selbst delegiert wird. Entsprechend gestaltet sich auch der Umweltbezug in der Kommunikation solcher Erwerbsorientierungen.

- Im Rahmen einer selbstzentrierten Erwerbsorientierung ist nicht die Einbindung in eine bestimmte Arbeitsorganisation und deren disziplinarische Anrufung primär relevant, sondern das Feld der Möglichkeiten und die Restriktionen eines auf das eigene Selbst bezogenen Ausschnitts des Erwerbssystems.

Diese Konzeption birgt wichtige Konsequenzen. So kann man hier noch einmal Argumente anschließen, die eine Kritik von Konzeptionen der Reduktion des Arbeitsmarktgeschehens auf Profitmotive verfolgen und stattdessen die Annahme funktionaler Differenzierung zugrunde legen. Denn schon ohne das Motiv des Profits oder Bezüge auf Transaktions- und Informationskosten mitkommuniziert zu haben, geht es bei Umweltkommunikation dieses Typs zunächst um die Frage, wie andere Beobachter die Zuordnung von beobachtenden Personen zu Positionen beobachten. Dominantes Signal sind Preise und Preise als stark reduzierende Artikulation von Zahlungen sagen zunächst nur äußerst wenig über Motive. Dass Motive den jeweiligen Preisen nicht anzusehen sind (vgl. Luhmann 1988), bedeutet dann eben auch, dass nur aus ihnen kaum eine Auskunft über zugrunde liegende Akteursfiktionen abzuleiten ist (vgl. Hutter/Teubner 1994). Ob ein Job mit niedrigem oder hohem Lohn abgelehnt oder angenommen wird, weil sich der beabsichtigte ‚return on investment‘ mit Rücksicht auf ein bestimmtes Humankapital nicht in erwarteter Weise realisiert werden kann, weil die angebotene Arbeitsstelle nicht auf die Anforderungen einer Familie abgestimmt sind oder weil politische oder rechtliche Überzeugungen, ein Helferethos, protestantische Askese einfließen, lässt sich am bloßen Stattfinden von Arbeitsmarktkommunikation nicht ablesen. Das wirtschaftswissenschaftliche Konzept des rationalen Akteurs, der hier strategisch abwägt, Opportunitäten bestimmt und Risikokalküle anlegt, hilft hier deshalb nicht weiter, weil diese am



Wirtschaftssystem geschulten Begriffe die Konstruktionen und Orientierungen nichtökonomischer Zugänge in der alltäglichen Arbeitsmarktp Praxis möglicherweise weit verfehlen. Haushaltszusammenhänge und Familien kommunizieren häufig über Emotionen, ein Helferethos ist am Ideal des Mitleids ausgerichtet, usw. Jeweils handelt es sich bei den Akteursfiktionen der betreffenden Systeme um etwas sehr anderes, als Strategien und Kalküle. Nichtökonomische Akteursfiktionen sind in der Sprache der Systemtheorie kommunikative Ereignisse in autopoietisch operativ geschlossen Systemen – und daher keineswegs auf die Akteursfiktion des Wirtschaftssystems namens homo oeconomicus reduzierbar.

Arbeitsmarktkommunikation – und in der Systemtheorie bedeutet dies gleichzeitig auch: Arbeitsmarkthandeln eines individuellen Arbeitsmarktakteurs – bedeutet vor diesem Hintergrund also keineswegs automatisch Ökonomisierung. Die auf dieser Linie laufende Unterstellung vieler wirtschaftswissenschaftlicher aber auch soziologischer Ansätze, dass mehr Markt mehr homo oeconomicus anzeigt, läuft vor dem Hintergrund dieser Konzeption ins Leere. Die folgende Tabelle insistiert in diesem Sinne noch einmal darauf, dass Vermarktlichung und Ökonomisierung quer zueinander liegende fremdreferentielle Bezüge auf soziale Konstruktionen des Wirtschaftssystems sind.

**Tabelle 4: Vermarktlichung und Ökonomisierung**

	Auf das Wirtschaftssystem bezogene Kommunikation von Motiven = <b>Ökonomisierung</b>	Andere Motive
Betriebsförmige Subjektivität (Beobachtung 1. Ordnung)	Interne Karriere, Konkurrenz um ökonomische Vorteile mit Mitgliedern <i>einer</i> Arbeitsorganisation	Loyalität, emotionale Bindung an einen Betrieb, Passung zu nicht erwerbs- bezogenen Lebensbereichen
Selbstzentrierte Subjektivität (Beobachtung 2. Ordnung) = <b>Vermarktlichung</b>	Arbeitskraftunternehmer, überbetriebliche Engagements mit Profitabsicht	An außerökonomische Kommunikationen angepasste Marktbeobachtung und überbetriebliche Orientierung

Quelle: Eigene Darstellung

Die gerade auch im Kontext der Debatte um die These vom Arbeitskraftunternehmer insinuierte Parallelität von Marktengagement und unternehmerischem Selbstverhältnis trägt auf der

Folie eines Begriffs des Arbeitsmarktes als systeminterne Umwelt des Wirtschaftssystems nicht. Vermarktlichung von Erwerbsorientierungen kann Ökonomisierung von Erwerbsorientierungen heißen – muss es aber keineswegs. An dieser Stelle deutet sich dringender Differenzierungsbedarf in der arbeits- und industriesoziologischen Debatte zur Subjektivierung an. Das Postulat eines Idealtyps einer neuen Form der ‚Ware Arbeitskraft‘, deren eine Facette unternehmerische Qualitäten und deren andere Facette marktförmige Erwerbsstrategien sind, bleibt vor dem Hintergrund dieser systemtheoretischen Konzeption nicht zufällig empirisch eher selten. Aber auch gerade für die Frage nach der Rolle von einschlägigen Internetanwendungen für Erwerbsorientierungen ergeben sich die Anschlüsse, wie im Folgenden zu zeigen sein wird.

## **5.2 Das Selektionsfilter Internet**

Von hier aus und mit diesem Konzept kann man dann auch die oben skizzierten Überlegungen zur Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen in geeigneter Weise theoretisch aufgreifen und in Thesen für eine empirische Beobachtung überführen. Der Anlass wurde mehrfach ausgeführt: Der Bedeutungsgewinn von Jobbörsen und Co scheint zwar keineswegs (wie von Konzepten der Ökonomik ex ante in das Phänomen gedeutet) im Einklang mit einer Ausbreitung ökonomischer Logik zu stehen, gleichwohl aber eine Tendenz zur Vermarktlichung des Arbeitsmarktes auszulösen oder dieser wenigstens einen Schub zu geben. Die These dieser Arbeit ist an dieser Stelle, dass arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen die Kommunikation von Erwerbsorientierungen weg von Beobachtungen erster Ordnung und hin zu Beobachtungen zweiter Ordnung lenken. Das Internet fungiert als Selektionsfilter von Kommunikation in eben dieser Richtung.

Hintergrund dieser These ist zum einen die Beobachtung, dass sich das Internet gegenüber älteren Verbreitungsmedien durch eine rigorose Ubiquität hier mitgeteilter Kommunikationen auszeichnet. Dies erhöht die Anschlussfähigkeit von Informationen in einem entscheidenden Ausmaß. Während face-to-face-Interaktionen (Beratung der Arbeitsagentur, Bewerbungsgespräch) nicht im Ansatz ubiquitär verfügbar sind – Gespräche jeglicher Art sind immer in ein hoch spezifisches und voraussetzungsvolles zeitlich-räumliches Setting in eingelassen - sind auch alle anderen Verbreitungsmedien mehr oder weniger stark an bestimmte Voraussetzungen gebunden. Bücher und gedruckte Schrift (Stellenanzeigen in Zeitungen und Fachzeitschriften) lassen sich nicht beliebig oft vervielfältigen. Die Möglichkeiten, an hier mitgeteilte Informationen anzuknüpfen, sind entsprechend beschränkt. Nicht zufällig entwickeln sich in

diesem Kontext asymmetrische Sozialstrukturen, in denen Konzepte auf der Basis von Beobachtungen erster Ordnung dominieren und in denen die machtvollere Seite einen privilegierten Zugang zu den Kommunikationen hat, die über schriftliche Medien verbreitet werden. In betrieblichen Hierarchien, arbeitgeberinduzierten Arbeitsmarktprozessen und last, but not least, in betriebsförmigen Erwerbsorientierungen artikuliert sich diese spezifische Eigenschaft des Verbreitungsmediums gedruckte Schrift.

Im Internet sind arbeitsmarktrelevante Informationen hingegen äußerst niedrigschwellig und potenziell für jeden Kommunikationszusammenhang in gleicher Weise erreichbar. Dabei scheint sich das Problem der Verfügbarkeit entsprechender Hardware, welches gerade in den Anfangstagen des Internets gelegentlich als das entscheidende Hindernis für die flächendeckende Verbreitung dieses Mediums diskutiert wurde, sich in letzter Zeit mit Nachdruck zu erübrigen. Geräte mit Internetanschluss durchziehen gerade in modernen westlichen Industrienationen immer weitere Bereiche des kommunikativen Alltags. Längst losgelöst vom zwar noch räumlich, aber auch schon nicht mehr zeitlich gebundenen heimischen Desktop kann Arbeitsmarktkommunikation über Smartphones und ähnliche Geräte an allen relevanten Orten stattfinden<sup>86</sup>. Gegenüber allen anderen Verbreitungsmedien kennzeichnet Internetkommunikation demnach vor allem:

- ein hohes Maß an „Synchronizität“: man kann jederzeit davon ausgehen, dass alle relevanten Akteure adressierbar sind,
- eine verstärkte „Kontinuität“: für alle Arbeitsmarktakteure entfallen zeitliche Bezugspunkte wie das Erscheinungsdatum schriftlich publizierter Stellenanzeigen oder vereinbarte Gesprächstermine,
- und eine gesteigerte „zeitliche Unmittelbarkeit“: zeitnahe Reaktionen werden zunehmend selbstverständlich (Knorr-Cetina 2012: 32).

Aus informationskostentheoretischer Sicht könnte man wie oben dargestellt (vgl. Kap. 2) ausgehend von dieser Beobachtung gesteigerter Ubiquität darauf schließen, dass Internetanwendungen am Arbeitsmarkt diesen Markt transparenter und Transaktionskosten damit niedriger machen. Auch an dieser Stelle ist darauf zu verweisen, dass es sich hier um einen Trugschluss handelt, der sich letztlich nur der (im Zuge der Kritik des neoklassischen Marktkonzepts notwendig gewordenen) wissenschaftlichen Setzung verdankt, dass Märkte in mehr oder weniger transparenter Weise, aber ansonsten identisch gegeben sind. Gerade am Beispiel der Arbeits-

---

<sup>86</sup> Die hier adressierte Verwendung des Wortes Ort folgt natürlich einem tradierte cartesianischen Raumkonzept, dass spätestens von philosophischen Ansätzen aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts (vgl. Heidegger 2001: 102-113), spätestens aber von der Raumsoziologie (Löw 2001) und mit Nachdruck von Theorien des virtuellen Raumes überwunden wurde (vgl. Sutter 2010: 123-132). Das Wort Ort als Begriff in diesem Kontext bezeichnet keine Punkt im dreidimensionalen Raum sondern eine soziale Relation.

marktkommunikation in entsprechenden Internetanwendungen sieht man hingegen, dass hier nicht ein irgendwie ohnehin vorhandener Arbeitsmarkt von einem Schleier des Nichtwissens befreit und seiner Geheimnisse beraubt würde, sondern vielmehr erst mit spezifischen Eigenschaften und einer eigenen Logik konstruiert wird.<sup>87</sup> Erwerbsorientierungen, in denen die Kommunikation über arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen eine Rolle spielt, unterscheiden sich von anderen Erwerbsorientierungen dadurch, dass Ubiquität wie skizziert eine große Rolle spielt - anders formuliert: Sie sind nicht eine irgendwie graduell modifizierte Form von Erwerbsorientierungen, die andere Verbreitungsmedien im Hintergrund haben, sondern qualitativ von diesen verschieden. Im Sinne des Segmentationsansatzes formuliert lautet die Behauptung also, dass sich hier Teilarbeitsmärkte eigenen Typs entwickeln.

Dies betrifft zum einen den Aspekt, dass Arbeitsmarktkommunikation sich hier überhaupt erst in unaufgeregter und verstetigter Weise in einen kommunikativen Alltag einbetten lässt und als etwas Selbstverständliches ein zunehmend relevanter Gegenstand von Dispositionen im Erwerbsleben abhängig Beschäftigter wird. Kurz: Die Beobachtung von Beobachtern wird gewöhnlich, sie wird sozial institutionalisiert. Zugespielt könnte man behaupten, dass der Arbeitsmarkt sich in dieser Form erst nachhaltig in Alltagskommunikation in Betrieben und Haushalten einnistet, sich den betreffenden Akteuren in der Konstruktion ihrer Erwerbsorientierungen aufdrängt und dadurch Beobachtungen zweiter Ordnung zum Normalfall werden lässt. Gerade niedrighschwellige und mit wenig Aufwand angetragene Informationen sind hier zu nennen, wie zum Beispiel automatisch und fast täglich zugesendete Newsletter von Internet-Jobbörsen, aber auch permanent den Arbeitsmarkt in Erinnerung rufende Stellenanzeigen in Online-Zeitungen, personalfragenbezogene Twitter-channels große Unternehmen usw. Knorr-Cetina formuliert in Bezug auf Finanzmarktakteure in ähnlicher Stoßrichtung sehr zutreffend: „In diesen Fenstern und Kanälen hat der Markt eine lebendige Präsenz - er spricht die Teilnehmer an und fordert von ihnen kontinuierliche Aufmerksamkeit und adäquate Handlungsreaktionen“ (Knorr-Cetina 2012: 31). Vor diesem Hintergrund gilt es in der Beobachtung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen die Unterscheidung zwischen transparentem und intransparentem Arbeitsmarkt zugunsten der Unterscheidung zwischen selbst-

---

<sup>87</sup> Auf das paradigmatische Beispiel der informationskostenträchtigen sauren Zitronen am Gebrauchtwagenmarkt (Akerlof 1970) bezogen heißt das: Es ist geradezu konstitutives Merkmal aller sozialen Beziehungen (instrumenteller Einsatz von Vertrauenskommunikation, Risikoaufschläge) in diesen Märkten, dass die Fiktion saurer Zitronen im Raum steht. Würde diese Fiktion nicht einfließen, wäre hier ein grundsätzlich anderer Markt mit anderen sozialen Beziehungen – und keineswegs dasselbe soziale Phänomen in modifizierter Form – anzutreffen. Selbst ohne konstruktivistische Volte ist dies plausibel. So verweist schon Marx darauf, dass Mehrwert in der Summe nicht durch listigen Handel, sondern durch die Ausbeutung von Arbeitern generiert wird. Und auch aus segmentationstheoretischer Sicht ist die Annahme von Informationskosten als alle Märkte betreffendes Merkmal abzulehnen, ist doch hier gerade die Behauptung, dass Märkte in Teilmärkte mit ausdifferenzierten, nicht reduzierbaren sozialen Beziehungen zerfallen.

verständlich-ubiquitärem und ungewohnt-bedrohlichem, nicht alltäglichem Arbeitsmarkt zu vernachlässigen.

Möchte man diese Institutionalisierung von Arbeitsmarktkommunikation als Vermarktlichung bezeichnen, ist also darauf zu achten, dass die Suggestion dieses Begriffes, dass ein ohnehin vorhandener Markt mehr Gewicht erhält, nicht mitgetragen wird. *Vermarktlichung in diesem Sinne heißt, dass in den entsprechenden kommunikativen Zusammenhängen eine Umstellung auf Beobachtungen zweiter Ordnung stattfindet, Arbeitsmarktkommunikation größeres Gewicht erhält und fortan durch die spezifischen Eigenschaften wie hohe Synchronizität, Kontinuität und zeitliche Unmittelbarkeit gekennzeichnet ist.* Vermarktlichung von Erwerbsorientierungen - so würde die hypothetische Konsequenz aus diesen Beobachtungen lauten - folgt der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen, was aber hier heißt, dass ein Arbeitsmarkt eigenen Typs konstruiert wird.

Diesen Typ kennzeichnet, dass er nicht dasselbe beunruhigende Potenzial wie das tradierte Konzept von Arbeitsmärkten in sich trägt (vgl. Pongratz 2012). Arbeitsmärkte können hier zum einen kein Synonym für erwerbsbezogenen Schrecken mehr sein, weil Ubiquität zu Gewöhnung und Gewöhnung mindestens zu einem normalisierten Umgang führen. Zum anderen erhält der Aspekt des Designs arbeitsmarktbezogener Kommunikation im Internet einen ungleich höheren Stellenwert. Während es in der Arbeitsagentur viel eher um die Funktionalität bürokratischer Prozesse und die Effizienz von Vermittlungsversuchen geht oder in Stellenanzeigen in Zeitungen und Fachzeitschriften die sachliche Übermittlung von Informationen bedeutend ist, steht im Internet die kommunikative Oberfläche hinsichtlich ihrer ästhetischen Momente viel eher im Mittelpunkt.<sup>88</sup> Zugespitzt: Während Arbeitsmarktkommunikation von Schrift formiert in die Tiefe geht, ist sie im Internet oberflächlich - das Interface steht im Zentrum der Aufmerksamkeit. Die von Design- und Ästhetikfragen geleitete Inszenierung des Arbeitsmarktes im Internet bringt mit sich, dass der Markt als freundliche Option und das Selbst als wirksamer Ausgangspunkt für ein Arbeitsmarktschicksal kommunikativ inszeniert werden. Arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen sind hübsch anzusehen, von einladendem Design und bequem zu handhaben. Sie inszenieren den Arbeitsmarkt als Chancenfeld mit Selbstverwirklichungspotenzialen.

Zudem geraten nicht nur als Marktteilnehmer adressierte Personen oder Organisationen im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung in verstetigter und ästhetisch aufgewerteter Form in

---

<sup>88</sup> Die auf tradierte Schriftmedien und neuere elektronische Medien bezogene Unterscheidung von tiefenwirksamer und oberflächlicher Kommunikation wurde von Luhmann in die mediensoziologische Debatte eingeführt (vgl. Luhmann 1997: 302-311). Der Begriff oberflächlicher Kommunikation ist dabei zunächst durchweg deskriptiv gemeint und bezeichnet einen anderen Typ von Kommunikation mit eigenen Eigenschaften. Oberflächlichkeit meint hier nicht etwas Abzulehnendes, sondern eine wertfreie analytische Kategorie.

den Fokus von Alltagskommunikation und die Konstruktion von Erwerbsorientierungen – auch ein weiterer spezifischer Marktteilnehmer, nämlich das eigene Selbst, gerät mit der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen in diesen Sog ständiger Beobachtung. In mehr oder weniger starker Weise adressieren alle Internetanwendungen dieses Selbst in der Form eines Accounts, der spezifischen Kriterien folgend einen Katalog arbeitsmarktrelevanter Merkmale formuliert, und der mit diesen Kriterien verbundenen Selbstverhältnisse normalisiert. Diese Kriterien drehen sich um die Möglichkeit der Beobachtung zweiter Ordnung. Sie entfalten einen Raum des Denk- und Sagbaren, der vom Markt dominiert ist und das jeweilige Arbeitskraft-Selbst umfänglich darauf bezieht. Das Selbst wird als ein Selbst kommuniziert, das sich an den Beobachtungen anderer Selbst im Kontext des jeweiligen Teilarbeitsmarktes ausrichtet. Über die entsprechende Gestaltung (Abfrage von Qualifikationen, Erwerbsverlauf, unspezifischen Persönlichkeitsmerkmalen etc.) einer Online-Bewerbung, eines Kontos bei einer Internetjobbörse oder einer Mitgliedschaft in einem Karrierenetzwerk wird der Marktwert mit Nachdruck zur Orientierung gebenden Größe<sup>89</sup>.

Die damit entstehende kommunikative Struktur ähnelt dabei in frappierender Weise personalpolitischen Instrumenten wie dem 360° Feedback. Dieses etwa von Bröckling (2007: 236-247) in seiner Kritik des ‚Unternehmerischen Selbst‘ thematisierte Element neoliberaler Subjektivierung im Betrieb findet hier sein Pendant in Arbeitsmarktkommunikation. Wie in informationstheoretischen Zusammenhängen häufig diskutiert, unterscheidet sich das Internet von anderen Verbreitungsmedien dadurch, dass es eine ‚many-to-many‘-Struktur abbildet. Viele Personen können viele Personen adressieren. Schon mit Hinweis darauf zeigt sich die Nähe zum Instrument des 360° Feedbacks, welches seine Wirksamkeit bekanntermaßen darüber erzielt, dass potentiell alle Personen wiederum alle Personen evaluieren. Analog bedeutet die Veröffentlichung des Selbst im Internet nicht nur schlicht ein Engagement in einem Bewerbungsprozess oder ähnliches, sondern das Sichtbarmachen des eigenen Selbst mit Rücksicht darauf, wie es von potentiell allen anderen beteiligten Selbst gesehen wird. So wird das Arbeitskraft-Selbst im Internet als sich selbst beobachtendes Selbst konstruiert, das mit dem Blick auf die Möglichkeiten dieses eigenen Selbstes spielt. Es folgt keinen Imperativen betrieblicher oder anderer Instanzen, keinem spezifischen Stellenprofil mitsamt bestimmter hierarchisch garantierter positionaler Eigenschaften, sondern kümmert sich um das Design ei-

---

<sup>89</sup> Für andere Gegenstände aber in ähnlicher Weise argumentiert Reichert (2008), der aber auch Ökonomisierung diagnostiziert und keinen substantiellen Unterschied zu Vermarktlichung macht oder Illouz, die im Rahmen ihrer Ausführungen zum „emotionalen Kapitalismus“ (Illouz 2007) den Einfluss internetbasierter Partnervermittlungsbörsen auf Praxisformen in Heiratsmärkten untersucht. Ihr Ergebnis lautet, dass das „traditionelle Verständnis der Liebe“ unter dem Eindruck der neuen, technologisch erzeugten Formen der Partnervermittlung und getrieben vom modernen Diskurs der Psychologisierung zu Gunsten eines „intensiven Subjektivismus“ (ebd.: 120) erodiert.

ner adäquaten Darstellung dieses Selbst im Hinblick auf die Beobachtungen anderer Marktteilnehmer. In Baeckers Worten: Diesem Selbst geht es um „die Arbeit an der Form der Form“ (Baecker 2007: 71), und nicht um unmittelbar formadäquate Kommunikation. Erwerbsorientierungen, in denen internetbasierte Konstruktionen arbeitsmarktbezogener Selbst- und Weltverhältnisse eingelassen sind, eignet mit anderen Worten ein reflexives Moment, eine gesteigerte Form der Arbeit im eigenen Selbst, das im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung in den Blick kommt.

Die digitale Formierung von Subjektivität im Rahmen der Kommunikation von Erwerbsorientierungen findet hier – so die zentrale These dieser Arbeit – ihren Fluchtpunkt. Vermarktlichung und umfänglich selbstzentrierte Kommunikation der eigenen Arbeitskraft sind zwei Facetten internetinduzierter Erwerbsorientierungen, die sich damit deutlich von ihrem betriebsförmigen Formen absetzen. Die Unterscheidung zwischen betriebsförmigen und selbstzentrierten Erwerbsorientierungen und ihre Anbindung an das systemtheoretische Konzept der Beobachtung zweiter Ordnung bietet demnach auch die Möglichkeit, die Frage nach dem Einfluss von arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen auf Erwerbsorientierungen in geeigneter Weise zu operationalisieren. Die These dieser Arbeit lautet zusammengefasst, dass Arbeitsmarktkommunikation im Internet nachdrücklich auf das Selbst als Zurechnungspunkt lenkt, was gleichzeitig eine Aufwertung und Verstetigung von Arbeitsmarktkommunikation bedeutet. Arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen lassen:

- erstens das Selbst mit wesentlich größerem Nachdruck als ältere Verbreitungsmedien als kommunikativen Gegenstand erscheinen,
- und verschieben diese Kommunikation zweitens in den Modus der Beobachtung zweiter Ordnung und damit in Richtung Marktkommunikation.

Mit anderen Worten: die Konstruktion des Arbeitsmarktes als wirtschaftssysteminterne Umwelt wandelt sich mit der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen. Der Arbeitsmarkt wird oberflächlich und „sichtbarer“, die Konstruktion des Arbeitsmarktes für die beteiligten Arbeitsmarktakteure alltäglich relevant, Selbstdarstellung und reflexive Selbstkonstruktion werden wichtiger, Arbeitsmärkte werden zum Gegenstand (selbst)bewusster Konstruktion. Damit verbunden ist ein Wandel arbeitsmarktbezogener Selbstverhältnisse hin zu selbstzentrierten Erwerbsorientierung.

### 5.3 Thesen

Mit Blick auf einen Maßstab für eine empirische Prüfung dieses Thesenkomplexes lassen sich diese Punkte wie folgt entfalten:

a) *„Sichtbarkeit“ des Arbeitsmarktes*: Arbeitsmärkte werden sichtbarer – und Sichtbarkeit erhöhen heißt hier nicht wie in ökonomischen Konzepten, dass Transaktionskosten sinken, sondern dass Kommunikation erst auf eben solche überbetrieblichen Transaktionen gelenkt wird. Sichtbarkeit bedeutet also: kommunikative Erreichbarkeit und Anschlussfähigkeit.

Selbstverständlich ist von hoher ‚Sichtbarkeit‘ in diesem Sinne auch in einigen Teilarbeitsmärkten ohne Internetjobbörsen und Co auszugehen. Die Behauptung ist aber, dass das Internet für viele ‚schlecht sichtbare‘ Teilarbeitsmärkte einen Schub in Richtung Sichtbarkeit bedeutet und dass sich hier ein eigener Typ Sichtbarkeit etabliert, der zuvorderst von der Ubiquität hier laufender Kommunikation charakterisiert ist.

Mit der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen geht also eine Erhöhung der Sichtbarkeit des Marktes im Sinne der Konstruktion eines eigenen Typs von Markt einher. Was im Zusammenhang älterer Verbreitungsmedien (jenseits eines lokalen Horizonts) tendenziell als diffuses, einem hintergründigen Mechanismus folgendes Phänomen erschien, wird durch computergestützte Visualisierungstechniken, Quantifizierungen, Feedbacks zum Wert der Arbeitskraft für den einzelnen Arbeitsmarktakteur usw. als potentiell Betätigungsfeld für das alltägliche Arbeitskraft-Selbst greifbar. Das sich etablierende Deutungsmuster ist weniger auf Arbeitslosigkeit, sondern mehr auf Selbstverwirklichung ausgerichtet. Die internetinduzierte Ausweitung der sozialen Reichweite von Arbeitsmarktkommunikation sorgt so auch für einen Schub in Richtung Arbeitsmarktkommunikationen, die den Arbeitsmarkt als kontrollierbares (Spiel)Feld für die aktive (und aktivierte) Verwirklichung beruflicher Karriereabsichten konstruieren. Erwerbsorientierungen werden von Konzepten dominiert, die auf der Basis von Beobachtungen zweiter Ordnung laufen.

b) *Bindungsschwäche*: Ablösung betriebsförmiger durch marktförmige Erwerbsorientierungen. Gerade auch die niedrighschwelligen Nutzungsformen (wie z.B. die gelegentliche Lektüre von Stellenanzeigen in Online-Zeitschriften oder der alltägliche Konsum von automatisierten aber mit individuellen Informationen bestückten Newslettern) sorgen für eine Neujustierung von Erwerbsorientierungen. Sicherheitsbedachte langfristige Bindungen an einen bestimmten Arbeitgeber (Engagements in internen Märkten) verlieren ihre Bedeutung als Königsweg und werden im Kontext einer ohnehin erodierenden Plausibilität von Sicherheitsversprechen relativiert. Karriereoptionen, Lohnvorstellungen, Weiterbildungsentscheidungen,



Vereinbarkeitsfragen, postmaterialistische Selbstverwirklichungsideen etc. werden zu kommunikativen Größen, die verhältnismäßig mühelos am erweiterten Online-Möglichkeitsraum ausgerichtet werden können.

Der Betrieb als sicherer Hafen mitsamt seines typischerweise komplexen Settings aus emotionalen und sozialen Bindungsaspekten verliert im Zuge des Selbstverständlich-Werdens von Arbeitsmarktkommunikation seine Attraktivität und diskursive Vorherrschaft. Aufgewertet und an diese Stelle gesetzt wird das bindungsschwache, sich selbst verpflichtete Selbst.

c) *Keine unilineare Ökonomisierung*: Die erhöhte Sichtbarkeit des Arbeitsmarktes sorgt dabei aber nicht zwingend für eine umfängliche Ökonomisierung von Erwerbsorientierungen im Sinne der Selbstökonomisierungsdimension des Arbeitskraftunternehmers (Voß/Pongratz 1998) oder einer zwangsläufigen Durchsetzung des ‚Unternehmerischen Selbst‘. Denn Kommunikation im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung – und nichts anderes ist Markt im systemtheoretischen Sinne – heißt nicht, dass erwerbsbezogene Entscheidungen von Erwägungen ökonomischer Profitabilität etc. dominiert sein müssen. Motive bereithaltende Kommunikationen anderer sozialer Systeme in einer funktional differenzierten Gesellschaft kommen hier genauso in Frage, wie ökonomische Anrufungen.

Selbstzurechnung

d) Abhängig ist der Verlauf eines Arbeitsmarktschicksals, so der implizite Kern der subjektivierenden Anrufungen in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen, von den eigenen Entscheidungen, Anstrengungen und Einschätzungen. Es ergibt sich ein dynamischer Zusammenhang: Weil Einschätzungen so mühelos erreichbar und scheinbar so wichtig sind, bemüht man sich um mehr Einschätzungen, was wiederum die wahrgenommene Wichtigkeit von Einschätzungen befördert. Das eigene Selbst als reflexives Konstrukt, als formbare und mit Rücksicht auf Beobachtbarkeit zu formende Arbeitsmarktperson, scheint im Internet in einen übergroßen Arbeitsmarkt-Möglichkeitsraum gestellt. Der verstetigte Abgleich mit dem Markt und die ubiquitäre Reflexion auf die Kommunikation anderer Marktakteure lenkt in der Konstruktion einer Erwerbsorientierung auf die Frage, was man selbst machen und immer auch: anders machen kann. Damit verbunden ist die Idee, dass es vom eigenen Standpunkt, von den eigenen Entscheidungen und dem eigenen Umgang mit dem Arbeitsmarkt abhängt, was am Arbeitsmarkt bezogen auf den eigenen Erwerbsverlauf geschieht.

Selbstverantwortung und ‚Entkollektivierung‘

e) Während man in diesen Entwicklungen bis hierher noch emanzipatives Potential sehen kann, fällt dies bezüglich der folgenden Punkte schon schwerer. So lautet die These, dass der Fokus arbeitsmarktbezogener Internetkommunikation andererseits auch eine Tendenz zur In-

visibilisierung von kollektiver Kommunikation in sich trägt. Machtasymmetrien, Interessenkonflikte etc. werden unsichtbar, indem der Nutzer/die Nutzerin in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen konsequent auf das eigene Selbst gelenkt werden. Während die betreffende Person sich ‚einloggt‘, ihr Online-Profil modifiziert und ausgehend von dem, was sie an den Beobachtungen anderer Beobachter als arbeitsmarkadäquates Verhalten identifiziert, Elemente einer eigenen Erwerbsorientierung entwirft, geraten kollektive Möglichkeiten eines arbeitsmarktbezogenen Engagements, beispielsweise in einer entsprechenden Interessengruppe, aus dem Blick und verlieren ihre kommunikative Anschlussfähigkeit. Auch in dieser Hinsicht verstärken arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen über die Struktur ihrer Kommunikation Tendenzen zu selbstfixierten Formen der Vermarktung am Arbeitsmarkt und machen das Selbst des Nutzers zum umfassenden Zurechnungspunkt des eigenen Arbeitsmarktschicksals. Kurz: Das Internet am Arbeitsmarkt ‚entkollektiviert‘ und reduziert auf individuelle Interessen.

*f) Bewusstsein von Kontingenz auf hohem Niveau:* Der Umgang mit arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen erzeugt im Zuge seiner selbstfixierten und marktförmig subjektivierenden Anrufung ein Bewusstsein der Kontingenz der eigenen Situation auf hohem Niveau. Gerade bei intensiver Nutzung des Internets für Arbeitsmarktbelange provoziert der vielfältig mögliche und oft detailliert strukturierte Blick auf die Erwerbsverläufe von MitarbeiterInnen die Erkenntnis, das alles auch anderes sein könnte. Kurz: Beobachtung zweiter Ordnung läuft parallel mit der Kommunikation von Kontingenz.

Zusammengefasst bedeuten diese Thesen, dass sich das Konzept des Arbeitsmarktes in den Erwerbsorientierungen von Personen, die Jobbörsen und Co nutzen, grundlegend wandeln. Der Arbeitsmarkt bekommt einen gewichtigeren Stellenwert in der Auseinandersetzung mit der eigenen Erwerbsvergangenheit und -zukunft und er erscheint weniger als Bedrohung, sondern vielmehr als Chancenfeld. Dabei löst das Selbst den Betrieb als zentralen Zurechnungspunkt, als Star einer Erwerbsorientierung ab. Subjektivierende Anrufungen in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen machen dieses Selbst zum Gegenstand von Kommunikation im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung, was nichts anderes heißt, als dass sich ein Schub in Richtung Vermarktlichung einstellt.

## **5.4 Empirisches Material und Methode**

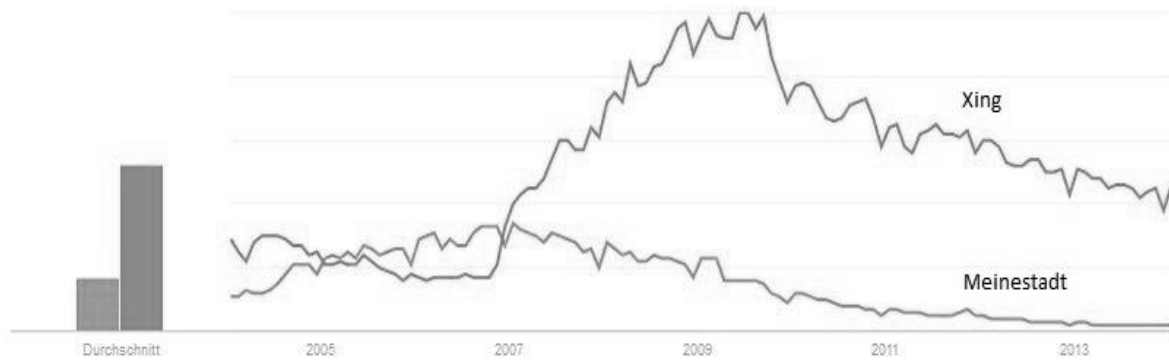
Die folgenden Darstellungen werden sich im Wesentlichen darum bemühen, die genannten Thesen mit eigenem empirischem Material zu konfrontieren. Ziel der empirischen Betrachtung

tungen ist es, mit dem Anspruch eines explorativen Zugangs (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010) vorzugehen, und am Geländer der Thesen zu vermarktlichten und selbstzentrierten Erwerbsorientierungen auf der Basis eigener qualitativer Daten die (angesichts des großen Bedeutungsgewinns des Internets am Arbeitsmarkt) drängende Frage nach der soziologischen Bedeutung dieser Entwicklungen aufzunehmen. Grundlage werden eigene Interviews mit Erwerbspersonen sein, die deren arbeitsmarktbezogene Orientierungen und Internetnutzung thematisieren. Die Frage ist, ob die oben zusammengeführten Thesen auf empirische Evidenz stoßen und sich die insinuierten Zusammenhänge in sozialer Praxis nachweisen lassen.

Der explorative Charakter der folgenden empirischen Schritte kann vor dem Hintergrund des oben skizzierten Forschungsstandes als die angezeigte Form eines mediensoziologischen Zugriffs auf das Thema Internet und Arbeitsmarkt gelten. Ein Grund ist, dass die verfügbaren Studien fast durchgängig einen starken ökonomischen Bias (siehe Kap. 2) aufweisen, was mit Blick auf die eingeführten mediensoziologisch-systemtheoretischen Konzepte und Fragen nur bedingt zielführend ist. Zudem interessieren sich die derzeit vorhandenen ökonomischen Studien kaum in differenzierter Weise für eine Perspektive auf Personen und Erwerbsorientierungen. Gerade Zugänge aus der sogenannten ‚Individualperspektive‘ – Zugänge also, die sich explizit um die sozialen Konstruktionen erwerbsabhängiger Personen bemühen - müssen empirisch als Desiderat von Forschungen zum Thema Arbeitsmarkt und Internet gelten. Bisherige Forschungsergebnisse sind also nur bedingt anschlussfähig.

Nicht nur hinsichtlich gegenwärtig vorhandener empirischer Forschung, sondern auch in Bezug auf die sich zügig wandelnde Zahl und Gestalt arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen muss ein über explorative Schritte hinaus gehender Anspruch als kaum realisierbar erscheinen. Denn mit der Frage nach arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen ist ein flüchtiger Gegenstand adressiert. So scheint sich noch keine stabile Konfiguration an Anbietern etabliert zu haben. Nach wie vor verändert sich die Situation hier innerhalb relativ kurzer Fristen. Die folgende Abbildung bemüht sich darum, diese Beobachtung zu visualisieren. Dargestellt ist eine Auswertung des Google-Tools „Insights for search“, mit der die relative Häufigkeit der Google-Suche nach verschiedenen Begriffen – hier: „Xing“ und „Meinestadt“ – grafisch wiedergegeben werden kann. Sowohl Xing.com als auch Meinestadt.de werden arbeitsmarktbezogen genutzt und beide Websites unterliegen offenbar schwankenden Konjunkturen.

**Abbildung 5: Googlestatistik für die Suche nach den Begriffen „Xing“ und „Meinestadt“**



Quelle: Google Trends (2012)

Während der Suchbegriff „Meinestadt“ im Jahr 2006 auf das bis dato höchste Interesse stieß und bis heute fast bedeutungslos geworden ist, beginnt „Xing“ erst im Jahr 2006 seine Karriere als Google-Suchbegriff, erreicht 2009 sein bisheriges Allzeithoch und kann seither nicht mehr dort anschließen. Ähnliche Muster ergeben sich auch für viele weitere Anwendungen, die arbeitsmarktbezogen genutzt werden. Auch hier scheint typisch, was sich für die meisten Internetanwendungen beobachten lässt: Nach einer Boomphase folgt ein Kampf um den Bedeutungserhalt, der aber nach einiger Zeit zu Gunsten des nächsten Hypes verloren geht.

Datenbasis der folgenden Auswertungen sind qualitative Interviews aus einem mehrfach wiederholten Lehrforschungsseminar, dessen zentraler Gegenstand die Frage nach Erwerbsorientierungen im Rahmen diskontinuierlicher Erwerbsverläufe und flexibler Arbeitsmärkte war. Damit bezog sich diese Lehrforschung auf eine breite arbeitssoziologische Debatte, die in der Beobachtung einer Ausweitung flexibler Beschäftigung koinzidiert, um deren Interpretation aber streitet (vgl. Krause/Köhler 2012: 9ff.). In unserer Lehrforschung konnten wir empirisch vielfältige und heterogene Konstellationen nachweisen, in denen diskontinuierlich Beschäftigte ihre Bezugsprobleme am Arbeitsmarkt (Einkommen und Sicherheit) zu lösen versuchen. Auf der Folie segmentationstheoretischer Konzepte wurde dabei auch untersucht, inwieweit in diese Erwerbsorientierungen Einstellungen und die Kommunikation von Handlungsmustern in Bezug auf flexible Beschäftigung eingelassen sind. Das Ergebnis war nicht eindeutig, denn je nach theoretischer und methodischer Betrachtungsweise erschien ein Engagement auf flexiblen Märkten entweder als defizitäre Form, als Gewinn oder als Lebenswirklichkeit, die sich überhaupt nicht solchen Kategorien fügen wollte (vgl. Barteczko et al. 2013). Ein zentraler Punkt dieser Erhebung war die Frage nach der Rolle des Internets im Zusammenhang der sozialen Praxis in flexiblen Teilarbeitsmärkten.

Methodisch sind die folgenden Darstellungen einem qualitativen Ansatz verpflichtet. Die Erhebung der Interviews stützte sich auf Leitfäden, die auf der Folie der problemzentrierten Methode von Witzel (vgl. Witzel 2000; Kleemann et al. 2009) konstruiert wurden. Dabei standen zwei Ziele im Raum. Zum einen ging es darum, offene Erzählpassagen zuzulassen, um die eigenen Relevanzsetzungen des Interviewpartners nicht zu unterdrücken und die erwerbsbezogenen sozial konstruierten Narrative aus der Perspektive der sozialen Praxis des Befragten einzufangen. Vor diesem Hintergrund bestand der erste Teil der Interviews aus groben Stimuli zur Erwerbsbiografie, die den Erzählfluss bezüglich Themensetzung, möglicher Schwerpunkte und Erzählstruktur in möglichster freier Weise in Gang bringen sollten. An diesem Punkt grenzt sich das genutzte Instrument von Ansätzen ab, die durchgängig mit strukturierten Fragebögen und standardisierten Fragen vorgehen. Im zweiten Teil wurde der Verlauf des Interviews hingegen mit einer Reihe vorgegebener Fragen in Richtung verschiedener Schwerpunkte gelenkt. Zentral waren hier Fragen nach der Rolle des Internets. Auch diese Fragen waren offen gehalten, gaben aber thematische Bezüge vor. Das genutzte Instrument grenzte sich also auch gegen die Methode narrativer Interviews ab, die ohne Einschränkung dem Erzählfluss des Interviewpartners folgen, um auch entsprechend Daten mit Fokus auf arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen zu erhalten. Abschließende Fragen zu soziodemografischen Merkmalen rundeten das Instrument ab.

Die Fallauswahl folgte überwiegend der Methode des „dimensionalen Samplings“ (vgl. Arnold 1970; Boos/Fisch 1986). Dabei wurde Wert darauf gelegt, Fälle mit Erwerbsorientierungen einzubeziehen, die in nachhaltigem Kontakt mit der Kommunikation flexibler Arbeitsmarkt stehen und deren Bezug auf Arbeitsmärkte nicht auf das, für die Phase des Berufseinstiegs typische Phänomen einer zunächst ausgeprägten Suchmobilität reduziert werden kann. Betriebsförmige Erwerbsorientierungen dominieren der Forschungsliteratur zufolge in diesem ersten chronologischen Abschnitt einer Erwerbskarriere (etwa bis zum Alter von 35 Jahren) die Szene (vgl. Buchholz/Blossfeld 2009). Für die hier verhandelte Frage nach internetinduzierter Vermarktlichung ist diese Phase weniger interessant, da Erwerbsorientierungen in der Regel erst in der darauf folgenden Phase nachhaltig in eine Richtung entwickeln. Entsprechend orientierte sich die Fallauswahl daran, dass die interviewte Person auf eine mindestens zehnjährige erwerbsbezogene Einbindung in betriebliche Organisationen und mindestens einen überbetrieblichen Wechsel zurückblickt.

Hinsichtlich der Auswertung der erhobenen Daten kann mittlerweile auch an eine systemtheoretische Tradition empirischer Forschung angeknüpft werden (vgl. Nassehi/Saake 2002; Vogd 2011; Bohnsack 2007; John et al. 2010; Groddeck/Siri 2012). An diese Ansätze wird im

Folgenden angeschlossen. Gemeinsam ist den Ansätzen dieser Linie vor allem, dass sie in Interviews nicht Äußerungen von Motiven, Kognitionen und Einstellungen eines individuellen rationalen Akteurs oder „konsistenten Subjekts“ (Groddeck/Siri 2012: 3) sieht, sondern darauf beharrt, dass Akteursdispositionen sich immer im Möglichkeitsraum einer kommunikativen Kontextur bewegen, Akteure also als Sprecher von Kommunikation mit bestimmten systemischen Eigenschaften ins Spiel kommen. Es geht diesem Zugang darum zu zeigen, wie sich in einem bestimmten Kontext (der auch durch Verbreitungsmedien formiert wird) bestimmte Selbst- und Weltverhältnisse mitsamt typischer Formen der Adressierung von Subjekten stabilisieren. Für die Analyse des Interviewmaterials bedeutet dies, folgende Fragen zu stellen (vgl. ebd. 5):

- In welcher Richtung stabilisieren sich die Kommunikationserwerbsorientierungen als Teil sozialer Praxis unter dem Vorzeichen, dass sie über das Verbreitungsmedium Internet mitgeteilt wird?
- Welche subjektivierenden Anrufungen, welche Akteursfiktionen werden kommuniziert?
- Für welche Probleme werden Lösungen konstruiert? Welcher Ausschnitt der funktional ausdifferenzierten Umwelt gibt den Impuls für Probleme?

Im Folgenden werden zwei Schritte gegangen. Erstens soll eine überblicksartige Auswertung des Samples mit Fokus auf die Rolle des Internets dargestellt werden. Hier wird es einerseits darum gehen, ein Bild der arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen in den Fällen des Samples zu zeichnen und andererseits mit empirischen Belegen auf die inadäquate Reduktion auf ökonomische Größen hinzuweisen. Im Anschluss werden zweitens zwei Interviews herausgegriffen und mit Blick auf die Thesen zu Vermarktlichung und Selbstzentrierung in der Tiefe durchleuchtet und wie aufgelistet entsprechende Fragen zu typischen Formen der Stabilisierung von Kommunikation, zu subjektivierenden Anrufungen und zur Kommunikation von Umwelt gestellt.

## **5.5 Die Nutzung des Internets im Sample**

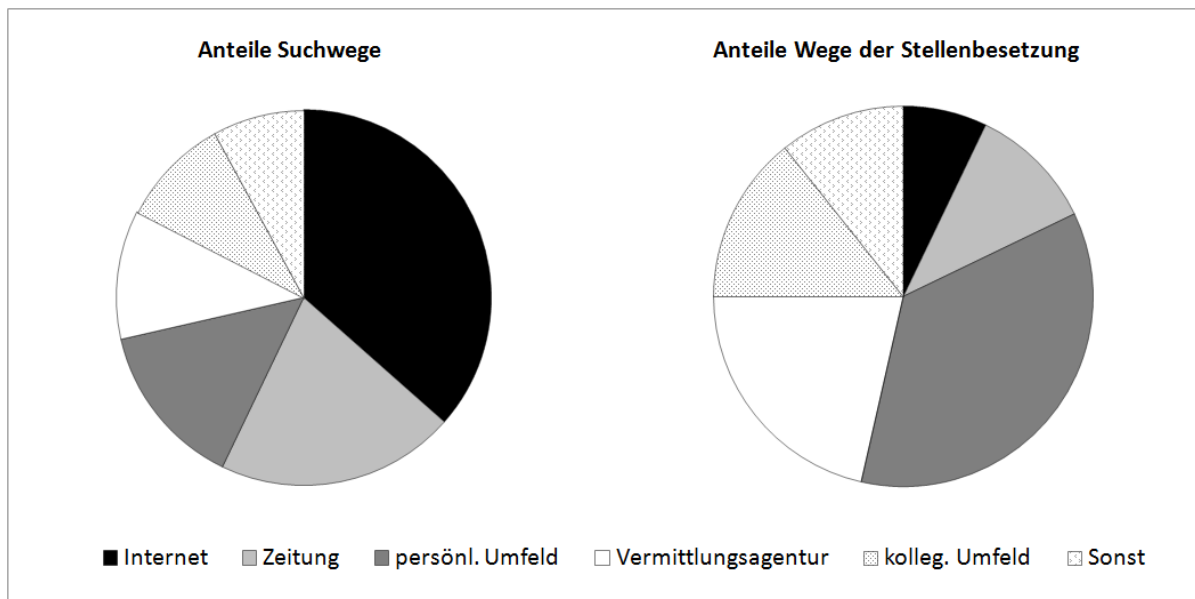
In den 30 Interviews des Samples der Lehrforschung wurden diskontinuierlich Beschäftigte mittleren Alters allgemein zu ihrer Erwerbskarriere und -orientierung und zu spezifischen Strategien der Bewältigung von Wechseln usw. befragt. Aber auch das Thema Arbeitsmarkt und Internet wurde aufgegriffen. Insgesamt stellte sich heraus, dass fast alle der befragten Personen eine Bedeutungszunahme des Internets für Arbeitsmarktbelange beobachten. Sowohl im Kontext offener Fragen als auch bei expliziten Nachfragen zum Thema wurde in der

überwiegenden Zahl unserer problemzentrierten Experteninterviews auf die große Bedeutung der Expansion des Internets am Arbeitsmarkt hingewiesen. Dies geschah oft unabhängig davon, ob darüber mit ablehnender oder zustimmender Haltung erzählt wurde.

Bevor diesen Schilderungen im Einzelnen nachgegangen wird, soll hier zunächst eine skizzenhafte Übersicht über die arbeitsmarktbezogene Nutzung des Internets in unserem Sample dargestellt werden. Diese Darstellungen können (und wollen) keinerlei Repräsentativitätsanspruch erheben, sie besitzen in dieser Hinsicht nur eine geringe Aussagekraft. Dennoch lassen sich interessante Hinweise hinsichtlich der Verbreitung des Internets und der Art und Weise des Umgangs mit dem neuen Medium aus dem Material ableiten. Die Absicht dieses Auswertungsschrittes besteht darin, im Material Muster arbeitsmarktbezogener Internetanwendung zu identifizieren. Auf diesem Weg sollen außerdem die angekündigten weiteren Auswertungsschritte vorbereitet werden.

Einer der markantesten Befunde bezieht sich auf das Verhältnis zwischen den verbreitungsmedialen Wegen, über die zum Arbeitsmarkt kommuniziert und Jobs gesucht werden und den Wegen und über die es tatsächlich zur Stellenbesetzung kommt. Abbildung 6 stellt diese beiden Modi der Nutzung verschiedener Verbreitungsmedien gegenüber. Die Grafik zu Suchweg-Anteilen gibt wieder, über welche Verbreitungsmedien jeweils Kommunikation laufen, von denen die interviewten Personen adressiert werden und in denen beispielsweise die Suche nach der derzeitigen Arbeitsstelle thematisiert wurde. Hier wurden auch Mehrfachnennungen einbezogen. Das zweite Diagramm in Abbildung 6 stellt dar, auf welchem Weg die interviewte Person ihre derzeitige Arbeitsstelle tatsächlich gefunden hat.

**Abbildung 6: Suchwege und Wege der Stellenbesetzung**



Quelle: Eigene Darstellung

Interessant sind die großen Unterschiede zwischen den Anteilen der verschiedenen Verbreitungsmedien. Während für Arbeitsmarktkommunikation im Allgemeinen und die Stellensuche im Besonderen aktuell arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen offensichtlich das wichtigste Medium darstellen, ist das Internet als Weg der tatsächlichen Stellenbesetzung relativ unbedeutend. Hier dominieren persönliche Kontakte, ob im privaten oder im beruflichen Umfeld. Dieser Befund liegt dabei ganz auf der Linie einer IAB-Erhebung zum selben Thema. Auch hier können die Autoren den gleichen Unterschied in einer ähnlichen Größenordnung nachweisen (vgl. Dietz et al. 2011: 2ff.). So zeigt sich, dass das Internet am Arbeitsmarkt zwar ein weithin etabliertes Medium der Informationsbeschaffung und der Jobsuche ist, es sich aber offenbar um ein äußerst ineffizientes Medium für tatsächliche Stellenbesetzungen handelt. Die Chancen, über Internetkanäle tatsächlich eine neue Stelle zu finden, sind eher gering.

Für die folgenden Auswertungen muss sich hier die Frage anschließen, warum Arbeitsmarkttakteure das Internet mit dieser Intensität nutzen, obwohl es wenig erfolgsversprechend ist? Warum schenken Personen mit der Erfahrung eines diskontinuierlichen Erwerbsverlaufs arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen die (relativ) größte Aufmerksamkeit, obwohl der Ertrag dies nur bedingt rechtfertigt. An dieser Stelle kann an die oben ausgeführte Kritik der Perspektive der Ökonomik angeschlossen und mit empirischen Argumenten unterfüttert werden. Offensichtlich stehen Effizienzgesichtspunkte bei der Nutzung des Internets am Arbeitsmarkt nicht im Vordergrund. Wären die befragten Personen im Sinne der Akteursfiktion



des Wirtschaftssystem umfänglich in Hinsicht auf eine ökonomisch rationale Wahl und einen kalkulierenden Einsatz ihrer knappen Mittel bedacht, müsste sich hier ein anderes Bild zeigen – die Verteilung der Verbreitungsmedien wäre ähnlicher.

Ein nächster Auswertungsschritt fokussierte auf die Unterscheidung zwischen betriebsförmigen und selbstzentrierten Erwerbsorientierungen. Im Sinne einer Übersicht wurden entsprechend die im Interview erhobenen Daten zu Erwerbsorientierungen zugeordnet. Auf der Basis dieser Zuordnung wurde daraufhin überprüft, welche Verbreitungsmedien wozu genutzt werden. Als Ausgangsvermutung wurde auch hier die ökonomische These vorausgesetzt, dass Personen mit selbstzentrierten Erwerbsorientierungen stärker das Internet einsetzen, weil häufigere Wechsel – ob antizipierte oder tatsächliche – die im Internet relativ niedrigeren Informationskosten zu einem entscheidenden Faktor machen. Dahinter steht das oben eingeführte transaktionskostentheoretische Argument, dass sich Engagements auf konstitutiv intransparenten Märkten dann lohnen, wenn Informationen effizient beschafft werden können. In dieser Weise argumentieren etwa Becher et al. (2005) und kommen auf der Basis einer empirischen Erhebung zu dem Ergebnis, dass arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen größtenteils in externen Märkten verwendet werden. Übersetzt auf die hier zentrale Frage lautet die These damit, dass Personen mit selbstzentrierten Erwerbsorientierungen sehr viel häufiger Internetkanäle nutzen.

Der Befund weist aber deutlich in eine andere Richtung. Sowohl hinsichtlich der Frage, welche Verbreitungsmedien im Allgemeinen und auch zur Suche genutzt wurden, als auch bezüglich der tatsächlichen Stellenbesetzungen waren im vorliegenden Sample kaum Unterschiede zwischen diesen beiden Gruppen von Erwerbsorientierungen zu erkennen. In beiden Gruppen waren die Anteile der Verbreitungsmedien nahezu gleichverteilt und entsprachen in etwa den in Abbildung 2 wiedergegebenen Proportionen.

Um diesen Befund zu überprüfen, wurde der Index Wechselrate gebildet. Anders als im Falle der Zuordnung zu den Typen Betriebsorientierung und Selbstzentrierung wurde hier nicht mit qualitativen Interpretationen von Textstellen vorgegangen, in denen sich die Interviewpartner zu ihren erwerbsbiografischen Erfahrungen und Erwartungen äußerten. Vielmehr fand eine quantitative Bewertung der tatsächlichen Wechsel relativ zur Dauer eines erwerbsbiografischen Abschnitts statt. Trotz des geänderten Vorgehens konnte der eben ventilierter Befund aber erhärtet werden. Bei Erwerbsverläufen mit hoher Wechselrate verloren zwar persönliche Kontakte leicht an Bedeutung. In beschränktem Umfang wichtiger wurde das Medium Zeitung. Diese beiden schwachen Teilbefunde lassen sich vermutlich damit erklären, dass Personen mit hoher Wechselrate aufgrund unbeständigerer Lebenskontexte schlicht seltener

von Kommunikationen des Typs vielfältiger persönlicher Kontakte adressiert werden. Insgesamt zeigte sich aber dasselbe Bild: Die Unterschiede zwischen Personen mit niedriger und mit hoher Wechselrate sind letztlich vernachlässigbar.

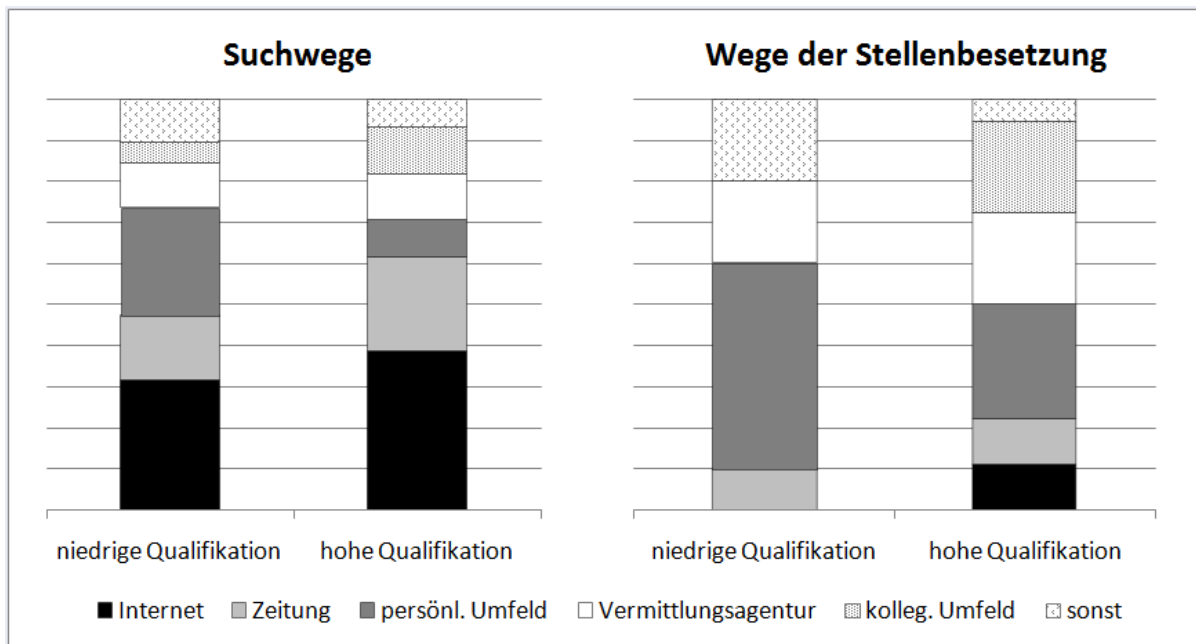
Die Interpretation dieses Befundes bereitet einer ökonomisch fundierten Position entsprechende Schwierigkeiten, steht er doch im Kontrast zu der Erwartung, dass arbeitsmarktorientierte Personen und solche mit hohen Wechselraten ein naheliegendes und größeres Interesse an den im Internet verhältnismäßig schnell und kostengünstig verfügbaren Informationen zur jeweiligen Arbeitsmarktsituation haben müssten. Auch hier gerät die informationskostentheoretisch begründete Perspektive der Ökonomik unter Druck. Die an die ökonomische Perspektive kritisch gerichtete Frage lautet, warum in den betreffenden Arbeitsmarktkommunikationen das Internet eine prominente Rolle spielt, auch wenn in nächster Zeit keine Wechsel angestrebt werden (Betriebsorientierung) oder sogar eine vergleichsweise geringe Wechselbefähigung (niedrige Wechselrate) vorliegt?

Auch weitere Teilbefunde lassen sich in diese Reihe von Beobachtungen einordnen, die den Postulaten der dominierenden ökonomischen Perspektive zuwider laufen. So zeigt sich erstens ein Einfluss des Alters der interviewten Personen. Jüngere Personen nutzen deutlich häufiger arbeitsmarktbezogen das Internet. Dieser Zusammenhang ist dabei nicht nur im vorliegenden Sample, sondern auch in Forschungen, die dem Anspruch der Repräsentativität folgen, nachgewiesen. Ältere Personen nutzen das Internet insgesamt weniger.<sup>90</sup> Offenbar hat also allein die Zugehörigkeit zu einer Alterskohorte einen stärkeren Einfluss auf das Nutzungsverhalten, als die transformationskostentheoretisch unterstellten Nützlichkeitskalküle. Auch das Qualifikationsniveau steht in einem Zusammenhang mit der Wahrscheinlichkeit, welche Verbreitungsmedien genutzt werden. Abbildung 7 illustriert diesen Befund, der auf der Unterscheidung niedriger von höheren Qualifikationen aufbaut.

---

<sup>90</sup> Der Tendenz nach löst sich diese Spaltung in den letzten Jahren zunehmend auf, ist aber noch deutlich erkennbar (vgl. Initiative D21 2011).

Abbildung 7: Verbreitungsmedien nach Qualifikationsniveau



Quelle: Eigene Darstellung

Am deutlichsten zeigt sich, dass bei den höher qualifizierten Personen Netzwerke im kollegialen Umfeld sowohl für allgemeine Arbeitsmarktkommunikation als auch für tatsächliche Stellenbesetzung eine größere Rolle spielen.<sup>91</sup> Auch hier ist die Vermutung, dass dies mit einer qualifikationsabhängig verschiedenen Gelegenheitsstruktur für persönliche Kontakte zusammenhängt. Aber auch die Bedeutung des Internets wächst offenbar mit steigender Qualifikation moderat, zumal sich die wenigen Fälle tatsächlicher Stellenbesetzungen über Internetkanäle ausschließlich in der höher qualifizierten Gruppe finden. Weitere Befunde verweisen darauf, dass Personen mit computer- und internetlastigen Tätigkeitsprofilen sowie Beschäftigte in informationstechnikaffinen Branchen und Personen, die auch privat Internet und Computer intensiv nutzen, auch häufiger von Kommunikationen adressiert werden, die über arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen laufen.

Zusammen mit den Befunden zur Qualifikation bestärkt dies wiederum die oben entfaltete These, dass nicht so sehr Nutzenkalküle und eine Semantik strategischer Effizienz, sondern eher außerökonomische Aspekte im Zusammenhang mit einer arbeitsmarktbezogenen Nutzung des Internets stehen. Die Schlussfolgerung lautet anders gesagt, dass kulturelle Muster im Rahmen eines „digital lifestyles“ und habitualisierte Formen eines intensiven Umgangs

<sup>91</sup> Auch dieser Befund liegt – zusammen mit der Beobachtung, dass persönliche Kontakte am wichtigsten sind – parallel zu den Ergebnissen der repräsentativen IAB-Erhebung zur Nutzung von Such- und Rekrutierungskanälen (vgl. Dietz et al. 2011). Vor diesem Hintergrund kann man vermuten, dass die Ausprägungen im vorliegenden Sample in weiten Teilen vergleichbar mit Verteilungen in einer repräsentativen Stichprobe sind.

mit Computer und Internet relevante Größen darstellen. Zugespitzt formuliert ist es die Sozialfigur des eher höher qualifizierten, privat und beruflich mit Informationstechnologie vertrauten und sich mit großer Selbstverständlichkeit im Feld der heterogenen Anwendungen bewegenden „digital natives“, die eben auch in Arbeitsmarktbelangen im Internet unterwegs ist. Auch wenn diese Beobachtung auf der zugrundeliegenden nicht-repräsentativen Stichprobe aufbaut und daher nur in Grenzen verallgemeinerbar ist, sind hier doch Indizien versammelt, die auf das große Gewicht eines internetaffinen kulturellen Kontextes verweisen. Arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen spielen gerade für allgemeine Arbeitsmarktkommunikation eine große Rolle – und das hat etwas, so der Befund, mit außerökonomischen Kommunikationen zu tun. Auf der Basis dieses Befundes und orientiert an den oben formulierten Thesen wird im Folgenden eine tiefergehende Auseinandersetzung mit und nähere Bestimmung außerökonomischer Kommunikation in der Erwerbsorientierung des Samples unternommen.

## **5.6 Jobbörsen und marktförmige Erwerbsorientierung. Der Fall Müller**

### **5.6.1 Einleitung**

Der vorliegende Fall demonstriert auf plastische Art und Weise, inwiefern sich Arbeitsmarktkommunikation inklusive subjektivierender Anrufungen modifiziert, wenn das Verbreitungsmedium Internet ins Spiel kommt. Im Interview mit Herrn Müller<sup>92</sup> geht es um zwei Phasen seiner Erwerbskarriere, die jeweils in sehr verschiedenen Kontexten gelagert sind, wobei erst in der zweiten Phase Arbeitsmarktkommunikation über das Internet stattfindet und sich hier an einem Fall Beobachtungen hinsichtlich der oben genannten Thesen anstellen lassen. Der Vorteil dieses Zugriffs ist, dass verschiedene Einflussgrößen auf Erwerbsorientierungen (Primärsozialisation, Bildung/Qualifikation, familiäre Einbindung, Wertemuster, Arbeitsmarktlage hinsichtlich Angebot und Nachfrage usw.) auf diese Weise ohne weiteres konstant gehalten werden können. Was sich verändert ist die Mitgliedschaft in einer betrieblichen Organisation und die Nutzung bestimmter Verbreitungsmedien – und diese beiden Entwicklungen sind, wie zu zeigen sein wird, keinesfalls unabhängig.

Als Auswertung eines Einzelfalls können die folgenden Beobachtungen selbstverständlich einem Anspruch auf weitreichende Verallgemeinerbarkeit nicht ohne Weiteres gerecht werden. Eine Aussagekraft über den individuellen Einzelfall hinaus haben die folgenden Ausführungen.

---

<sup>92</sup> Der Name ist anonymisiert.

rungen dennoch, wird hier doch auf der Basis von systemtheoretischen Konzepten davon ausgegangen, dass im Zuge der Auswertung eines Interviews nicht psychische Muster und individuelle Einstellungen, Werte etc. im Sinne eines methodologischen Individualismus, sondern Kommunikation im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung als Untersuchungsgegenstand verstanden werden – Kommunikationen, die in dieser Weise schlicht in der Gesellschaft vorkommen und deren Geltungsbereich nicht über die Zahl adressierter individueller Subjekte bestimmt werden kann.<sup>93</sup> Vogd formuliert in seinen Ausführungen zu einer qualitativen systemtheoretischen Methodologie entsprechend: „Der Blick richtet sich nun darauf, wie Metaphern, Verfahren, Rituale etc. ein soziales System selbst dann konfigurieren können, wenn seitens der Akteure die Bedeutung bzw. der indexikalische Gehalt eben dieser semantischen Komplexe längst vergessen worden ist“ (Vogd 2007: 305). Wollte man etwas über die Reichweite der folgenden Beobachtungen in Erfahrung bringen, wäre es vor diesem Hintergrund geraten, die Bedeutung und Reichweite des hier fokussierten Teilarbeitsmarktes zu bestimmen. Ganz im Sinne des Segmentationsansatzes verweist die folgende Fallanalyse demnach auf die Konstitution des Teilarbeitsmarktes, in den die Kommunikation der Erwerbsorientierung Herrn Müllers eingelassen ist.

Zum Zeitpunkt des Interviews hat Herr Müller<sup>94</sup> seine bis dato größte berufsbiografische Krise hinter sich. Knapp zwei Jahre zuvor hat er sich von einem Arbeitsplatz in dem Betrieb trennen müssen, in welchem er 19 Jahre beschäftigt war und in dem er auch seine Ausbildung absolvierte. Nach einer Phase tief greifender Neuorientierungen ist er jetzt wieder in einem Beschäftigungsverhältnis, dessen Charakter aber jenseits formaler Aspekte ein vollkommen anderes ist. In fast jeder seiner Erzählungen sind die Nachwirkungen der zurückliegenden, teilweise durchaus krisenhaften Erfahrungen spürbar. So brachte die Trennung von seinem ersten Arbeitgeber nicht nur mit sich, dass Herr Müller die Branche wechselte und räumlich entwurzelt wurde. Mindestens ebenso weitreichend scheint der berufsbiografische Umbruch sein ursprüngliches Selbstbild, seine Weltanschauungen und gerade auch seine Vorstellungen vom Arbeitsmarkt erschüttert zu haben. So spiegeln sich in den Schilderungen des Interviewpartners in geradezu prototypischer Weise die Differenzen zwischen älteren fordisti-

---

<sup>93</sup> Damit befindet sich die systemtheoretische Weise des Umgangs mit Interviews in der guten Gesellschaft und relativer Nähe zu anderen etablierten Ansätze qualitativer Empirie. Kleine und kleinste Fallzahlen gelten beispielsweise auch im Umkreis des Ansatzes der Objektiven Hermeneutik (vgl. Oevermann 1991) durchaus nicht als Nachteil. Entsprechend findet hier auch eine Debatte zu der Frage statt, inwiefern Systemtheorie und solche Ansätze parallel laufen, und wechselseitig voneinander profitieren könnten.

<sup>94</sup> Im Sinne sprachlicher Vereinfachung und Verständlichkeit und auch vor dem Hintergrund einer möglichst großen Anschlussfähigkeit wird im Rahmen der folgenden Betrachtungen von Herrn Müller als individuellem Subjekt, seinen Gefühlen, Überlegungen, Umgangsweisen, Einschätzungen, Strategien usw. gesprochen. Systemtheoretischer Orthodoxie folgend müsste jeweils von der Kommunikation eben dieser Aspekte geschrieben werden. Aus genanntem Grund wird dies hier nicht in dieser Weise umgesetzt, wobei der systemtheoretischer Grundsatz, dass es immer um die Kommunikation dieser Dinge geht, vorausgesetzt bleibt.

schen, dem Normalarbeitsverhältnis entsprechende Anrufungen und neueren, marktförmigen Adressierungen von Personen. Das Interview mit Herrn Müller demonstriert an einem Fall die Reichweite des arbeits- und industriesoziologisch vielseitig thematisierten Wandels von Erwerbsverhältnissen und Arbeitsmarktzugängen und die damit verbundenen Komplikationen und Herausforderungen.

Das Nadelöhr, durch das diese Entwicklung hindurch gegangen ist, ist dabei das Internet. Nach seiner Entlassung sucht Herr Müller auf vielfältige Weise nach einer neuen Beschäftigung. Ihn überrascht dabei, dass die Schwierigkeiten, überhaupt einen neuen Arbeitsplatz zu finden, geringer sind als befürchtet. Er erhält auf verschiedenen Wegen bundesweit Angebote und beginnt, strategisch abzuwägen, welches Beschäftigungsverhältnis zu ihm und zu seinen Ambitionen passt. Seinen neuen Arbeitgeber findet er dann aber über eine Stellenanzeige in einer Jobbörse im Internet. Etwas zugespitzt könnte man sagen, dass die Brücke, welche die alte Erwerbssituation mit der neuen verbindet, durch genau diese digitale Stellenanzeige gebildet wird. Es scheint so, dass die Nutzung des Internets in diesem Fall den entscheidenden Link zwischen einer Arbeitsmarktkonstruktion, die sich am Betrieb orientiert und einer neueren, marktförmigeren Form darstellt. Vor diesem Hintergrund bietet das Interview mit Herrn Müller eine ausgezeichnete Grundlage, um die oben benannten Thesen zur Rolle des Internets am Arbeitsmarkt zu prüfen.

#### 5.6.2 Selbst-Zurechnung – „grundsätzlich mache ich mein eigenes Ding“ (Hr. Müller)

Auf der Basis der offenen Schilderungen zu erwerbsbiografischen Erfahrungen lässt sich folgendes Bild zeichnen. Von 1992 bis 1995 absolvierte Herr Müller eine Ausbildung zum Chemiekanten in einem größeren Chemiebetrieb. Dieser Betrieb liegt im Harz und ist regional der einzige größere Arbeitgeber. Herr Müller wurde hier geboren, die Eltern arbeiten auch heute noch in diesem Betrieb. Seine Eltern spielen die entscheidende Rolle bei der Wahl seines Ausbildungsberufes: „Meine Eltern waren damals dazu-, bei-, haben damals massiv mitgeholfen, dass ich meinen ersten Ausbildungsplatz gekriegt habe (hm). Denn ohne die Unterstützung meiner Eltern hätte diese diese Möglichkeit nie bekommen“ (Hr. Müller). Vorderhand bekundet diese Sequenz ein harmonisches Einverständnis mit den elterlichen Ratschlägen. Die Rede ist von Hilfe und Unterstützung. Die Details verraten aber auch eine zweite Ebene. Denn zunächst scheint Herr Müller in anderer Weise vom elterlichen Einfluss erzählen zu wollen, als er dies schließlich tut. So sucht er nach Worten und formuliert ein unklares

„dazu-, bei-“, setzt dann neu an und gelangt zu einer Formulierung, die zwei, im Grunde widersprüchliche Dinge leistet.

- Zum einen wird sichtbar, dass den Erzählungen Herrn Müllers zufolge die Eltern die entscheidende berufsbiografische Weichenstellung der Wahl des Ausbildungsberufes strukturiert haben. Noch einmal deutlicher wird dieser Aspekt des Einflusses der elterlichen Kommunikation, wenn er diesen wenig später im Interview und nicht so sehr um eine diplomatische Wortwahl bemüht, als stark imperativisch und konfliktgeladen beschreibt: „Du musst, du musst, du musst. Nein ich will nicht“ (Hr. Müller). Zurechnungspunkt für erwerbsbezogene Entscheidungen waren demzufolge äußere Imperative, auf die sich im Modus des Befolgens oder des konfliktträchtigen Widerstehens bezogen wurde.
- Zum anderen kann man das Bemühen beobachten, diesen Vorgang im Lichte aktueller Überzeugungen eher als etwas erscheinen zu lassen, für das Herr Müller sich selbst als verantwortlich betrachtet. So spricht Herr Müller von ‚Mithilfe‘ und von seinen „Möglichkeiten“ – und rahmt den Vorgang auf diese Weise als eigenverantwortliche Handlung.

Unterm Strich ist die Erzählung zum Thema Ausbildungswahl unentschieden in der Mitte zwischen heteronomen und autonomen Formen von Zurechnungen für das eigene Erwerbs- und Arbeitsmarktschicksal gelagert. Schon in jener kurzen Sequenz spiegelt sich auf diese Weise weniger die eigentlich thematisierte Vergangenheit, sondern vielmehr die erst kurze Zeit zurückliegende erwerbsbiografische Krise, die Herrn Müller zu einer Neubewertung seiner gesamten erwerbsbiografischen Erfahrungen und Überzeugungen veranlasst. Er bezog sich zum damaligen Zeitpunkt auf Imperative aus seiner elterlichen oder betrieblichen Umwelt, orientierte sich an äußeren Zwängen und folgte tradierten Mustern.

Anders ausgedrückt verweisen diese Formulierungen zum einen auf die dominante Form von Anrufungen in seinem damaligen Umfeld. So stehen die zitierten Formulierungen („Du musst, du musst“) stellvertretend für eine Form der Adressierung von Personen, die Disziplinarsubjekte erzeugt, deren Möglichkeiten heteronom gestaltet sind und welche die vorgegebenen Bedingungen und Strukturen als Fluchtpunkte ihrer Aktivitäten akzeptieren. Orientierung gibt beispielsweise die Unterscheidung gehorsam/ungehorsam, mit der erwerbsbezogene Erfahrungen und Entscheidungen passgenau entlang der Frage der Disziplin auf einen fremd-erzeugten Möglichkeitsraum ausgerichtet werden. Aufgespannt wird dieser Möglichkeitsraum im hier behandelten Fall durch vorgefundene Größen wie die regionale Situation hinsichtlich der verfügbaren Ausbildungsplätze und aber vor allem durch die Kommunikation des elterlichen Willens. Heute kennzeichnen Herrn Müllers Erwerbsorientierung ein eher auf das eigene Selbst bezogener Standpunkt und eine Orientierung an entsprechende Anrufungen und Leit-

bildern. Der eigene Wille zählt und die verfügbaren Positionen sind nicht mehr ‚von außen‘ vorgegeben, sondern sollen selbst gefunden und gestaltet werden.

Im Interview mit Herrn Müller finden sich dabei an den verschiedensten Punkten und in vielerlei Hinsichten Erzählungen zum diesbezüglichen Bruch und für die, mit dem Einfluss gewandelter Anrufungen verbundenen Neubewertungen. So wertet Herr Müller beispielsweise seine damalige Einstellung und seinen Umgang mit entsprechenden Situationen ab und kommt zu der Einschätzung: „Ich war ausgesprochen faul als junger Mensch“ (Hr. Müller). Dass Herr Müller sich als „*faul*“ einschätzt, ist dabei mehr als erstaunlich. So absolvierte er seine Ausbildung nicht nur ohne Umwege und in der vorgegebenen Zeit. Auch danach ist er alles andere als faul. Beispielsweise gelingt es ihm, nach der Ausbildung trotz einiger Schwierigkeiten dauerhaft im selben Betrieb zu bleiben. Eine Schwierigkeit bestand z.B. in der vorübergehenden, mit Auftragsrückgängen begründeten betrieblichen Personalpolitik, bei Neueinstellungen zunächst nur befristete Arbeitsverträge zuzulassen. Es gelingt Herrn Müller aber trotz anfänglicher Befristung bei seinem Arbeitgeber zu bleiben und ein unbefristetes Beschäftigungsverhältnis einzugehen. Hier arbeitet er lange Zeit zunächst in einem Dreischicht- und später in einem Vierschicht-System – mit der Folge eines weitreichenden Verlustes an persönlichen Bindungen im privaten Bereich. In seinen Worten:

„Ähm es ist aber so, dass natürlich das soziale Umfeld äh dabei kaputt gegangen ist (mh). Das heißt, dass was man an Freunden hatte, das ist alles weggebrochen, sehr, sehr schnell. Das hat ein dreiviertel Jahr gedauert, dann gab es die quasi nicht mehr, ne“ (Hr. Müller).

Zusätzlich zur Akzeptanz dieser drastischen lebensweltlichen Einschnitte geht Herr Müller aber noch weiter und entscheidet sich für ein zehn Jahre währendes Wochenend-Engagement beim THW. Sein Motiv ist dabei, der Verpflichtung zum Wehrdienst zu entkommen, und so seinen Arbeitsplatz zu sichern. Dabei bedeutet dieses Engagement eine weitere Belastung, weil es zusätzlich zur beruflichen Verpflichtung und ein weiteres Mal auf Kosten verfügbarer Freizeit an den fraglichen Wochenenden anfällt. Zudem nimmt er regelmäßig vielfältige Weiterbildungsangebote wahr und investiert viel Mühe und entsprechend hohe Zeitkontingente, um den Anforderungen, die sich aus der vorgefundenen Situation ergeben, zu entsprechen. Bezugspunkt und initialer Anlass seiner Aktivitäten waren dabei wiederum der elterliche Wille und der betriebliche Kontext.

Vor diesem Hintergrund drängt sich die Frage auf, was Herrn Müller dazu motiviert, sich trotz dieser umfänglichen Anstrengungen als ehemals „faul“ zu bezeichnen. Mangelnde Aktivität, fehlendes Engagement, übermäßiger Müßiggang oder ähnliches kann damit jedenfalls



nicht gemeint sind. Eine Antwort auf diese Frage bergen beispielsweise solche Schilderungen Herrn Müllers, die sich um Aktivitäten drehen, welche er von heute aus (also chronologisch nach der krisenhaft empfundenen Trennung von seinem alten Arbeitgeber) als relevant und angemessen betrachtet. So antwortet er, befragt nach Aktivitäten, die vom Gedanken einer Verbesserung der Chancen am Arbeitsmarkt oder im Betrieb motiviert sind: „Ja, ich habe seitdem ich im dem Betrieb bin sehr viele Weiterbildungen gemacht (ja), sehr viele Zertifikate drüber bekommen, die natürlich meinen Marktwert auf dem Arbeitsmarkt erhöhen.“ Fluchtpunkt seiner Aktivitäten ist also ein Konzept, dass im Kontext seines Ausbildungsbetriebes und ehemaligen Arbeitgebers in keiner Weise einen Platz hatte und welches nunmehr umfänglich handlungsleitend und Orientierung gebend ist: der eigene „Marktwert“. Herr Müller geht es nicht mehr darum, den Anforderungen und Vorgaben eines bestimmten Betriebes oder sonstigen äußeren Zwängen zu entsprechen. Entscheidend sind nun Eigenschaften, die nur auf sein Selbst zurechenbar sein. Es geht um seinen eigenen Wert – anders formuliert, in Hinsicht auf das eigene Selbst tätig zu sein. Als „*faul*“ gilt in diesem Kontext, sich nicht um das eigene Selbst – beispielsweise hinsichtlich der Steigerung des Marktwertes – zu bemühen, sondern sich Ideen und Interessen zu verpflichten, die nicht konsequent auf das eigene Selbst bezogen werden können.

Dass Herr Müller sich als ehemals „faulen“ Menschen versteht, macht dann auch Sinn. Das Attribut „faul“ verwendet er aus heutiger Sicht und auf der Folie heutiger Einstellungen und er bezeichnet damit sein fremdbezogenes, disziplinarischen Anrufungen folgendes Verhalten in der Zeit vor der krisenhaften Erfahrung der Kündigung seines alten Arbeitgebers. Faul heißt hier also zugespitzt: ‚selbst-faul‘ und ‚fremd-fleißig‘. Anders formuliert bedeutet das, dass sich im Rahmen der nunmehr wirksamen Anrufungen der Zurechnungspunkt von Aktivitäten verschiebt, dass Bewertungen angemessenen Verhaltens sich beispielsweise am Maßstab des eigenen Marktwertes orientieren und dass Herr Müller sein betriebliches und arbeitsmarktbezogenes Schicksal auf sich selbst und so auf Eigenschaften wie seinen Marktwert zurechnet. Dass Herr Müller seine damalige Einstellung als „faul“ bezeichnet, kann vor diesem Hintergrund nur als ein Wandel der dominanten Orientierungsmuster und Anrufungsformen verstanden werden.

Das eigene Selbst bezüglich arbeitsmarktrelevanter Konstruktionen und Entscheidungen in den Mittelpunkt zu stellen, ist dabei insgesamt vielleicht *das* zentrale Motiv der Schilderungen des Interviewpartners. So betont Herr Müller immer wieder seine Zweifel an der Tragfähigkeit betriebsorientierter Strategien und äußert beispielsweise, dass „es grundlegend falsch [ist], in der heutigen Zeit zu sagen, ich kette mich nur an einen Arbeitgeber“ (Hr. Müller).

Vielmehr sei nur noch man selbst dafür verantwortlich, welche Erfolge und Rückschläge man am Arbeitsmarkt zu erfahren hat. Als Zurechnungspunkt für das eigene Arbeitsmarktschicksal lässt er weder den betreffenden Betrieb noch wohlfahrtsstaatliche Angebote gelten. Wohlfahrtsstaatliche Leistungen und Absicherungen bezeichnet er als soziale „Hängematte“, die Empfänger wohlfahrtsstaatlicher Leistungen entsprechend als „Sozialschmarotzer“ (Hr. Müller).<sup>95</sup>

In einem entsprechenden Zusammenhang äußert er dann auch, ohne explizit vom Interviewer dazu veranlasst worden zu sein, den folgenden einschlägigen Sinnspruch: „Es gibt eine schöne Redensart, jeder ist seines Glückes Schmied und da ist echt was dran“ (Hr. Müller). Folgt man der Analyse Bröcklings (2007) bezeichnet genau diese Formulierung einen zentralen Aspekt zeitgenössischer neoliberaler Anrufungen. Im Rahmen dieser diskursiven Formation seien Eigenverantwortlichkeit und Zurechnung des „Glücks“ auf das eigene Selbst ein Standbein des aktuellen arbeitsmarktbezogenen Diskurses. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass Herr Müller zumindest derzeit und in Hinblick auf diesen Aspekt ein so adressiertes Subjekt verkörpert. Seine Ansichten und Zugangsweisen sind Effekte dieser, von Bröckling als neoliberal charakterisierten kommunikativen Produktion von Personen.

Eine verstärkte Ausrichtung auf das eigene Selbst wird dabei aber nicht nur angesichts der Reproduktion prominenter Sinnsprüche des neoliberalen Diskurses spürbar. In den Erzählungen Herrn Müllers zu seiner Erwerbsorientierung ist hier eine deutlich Konsequenz spürbar, etwa indem Selbstorientierung als etwas eingeordnet wird, das in weiten Teilen den aktuellen arbeitsmarktbezogenen Strategien und Entscheidungen zugrunde liegen soll. Entsprechend äußert er sich beispielsweise zum Thema Weiterbildung. Während er im Rahmen seiner Tätigkeit beim alten Arbeitgeber mit seinen Weiterbildungen noch auf die betrieblichen Bedingungen und Ansprüche reagierte, interessiert ihn heute, ob eine Weiterbildung seiner eigenen Karriere nutzt und seinen Marktwert hebt: „Ja, ich habe seitdem ich in dem Betrieb bin sehr viele Weiterbildungen gemacht (ja), sehr viele Zertifikate drüber bekommen, die natürlich meinen Marktwert auf dem Arbeitsmarkt deutlich erhöhen“ (Hr. Müller).

Das Herr Müller dabei nicht nur nebenbei, sondern primär an sich selbst und seinen Marktwert denkt, wird besonders in einer Formulierung deutlich, mit der er noch einmal detaillierter zum Thema Weiterbildung reflektiert: „Das ist eine Sache, die muss sehr, sehr sorgsam abgewogen werden. Es gibt viele Leute, die ihren Arbeitgebern gar nicht mehr sagen, was sie an Weiterbildungen machen“ (Hr. Müller). Wie weitere einschlägige Passagen verrä-

---

<sup>95</sup> Hier ist Herr Müller insgesamt aber weniger konsequent, als die zitierten Passagen meinen lassen. So setzt er beispielsweise sich im Kontext seiner derzeitigen Beschäftigung für eine Verbesserung der Situation von Leiharbeitern ein.

ten, meint er dabei mit den „vielen Leuten“ im Grunde sich selbst, formuliert aber hier in dieser Weise, um die Brisanz einer solchen Strategie und die seines Erachtens daher unbedingt gebotene Vorsicht zu betonen. Herr Müller geht davon aus, dass es im Falle bestimmter Weiterbildungen zu Interessenkonflikten kommen kann und dass es um den Preis einer strategischen Illoyalität durchaus legitim ist, sich trotzdem weiterzubilden. Herr Müller arrangiert sich hinsichtlich des Themas Weiterbildung so lang mit der gegebenen betrieblichen Situation, wie dies hinsichtlich seines Selbst zuträglich ist. Der umgekehrte Weg, die betrieblichen Forderungen in den Vordergrund zu stellen und dann zweitens zu schauen, wie diese mit eigenen Zielen zu vereinbaren wären, kommt für Herrn Müller heute (zum Zeitpunkt des Interviews) nicht mehr in Frage. Nicht mehr Interessenkonflikte, sondern das eigene Selbst sind der Maßstab.

Dabei ist diese Form der Illoyalität eine grundlegend andere als im Kontext disziplinierender Anrufungen. Während Illoyalität im disziplinarischen Kontext eine widerständige Haltung im Rahmen des gegebenen betrieblichen Settings oder anders ausgedrückt: ein am Schema gehorsam/ungehorsam orientiertes Muster der Reaktion auf äußere Zwänge darstellt, ist die hier bezeichnete Form von Illoyalität nur die kontingente Konsequenz einer selbstorientierten Umgangsweise mit arbeitsmarktrelevanten Sachverhalten wie etwa Weiterbildung. Die Konfliktlinie Arbeitgeber/Arbeitnehmer ist damit nicht per se unbedeutend, aber zweitrangig. Es geht primär darum, das eigene Selbst zu entwickeln, und dessen Marktwert zu steigern und nicht sich im Modus des Ungehorsams auf den jeweiligen Betrieb zu beziehen. Ziel ist es, die eigenen Karrierechancen zu befördern und den Möglichkeitsraum am Arbeitsmarkt zu erweitern und weniger, bestimmte Kräfteverhältnisse und die Machtbalance im Betrieb zu verstehen, zu nutzen oder gar zu verschieben. Einem Arbeitgeber eine Weiterbildung zu verheimlichen, ist nicht als ein gegen diesen gerichteter Akt der Verweigerung sondern als opportunes, vernunftgebotenes Mittel zugunsten des eigenen Selbst gemeint. Vor diesem Hintergrund ist es dann auch durchaus verständlich, dass Herr Müller einer solchen Strategie folgt und sich gleichzeitig in Bezug auf die Ausübung seiner beruflichen Tätigkeit überdurchschnittlich engagiert, sich in hohem Maße damit identifiziert, fraglos Überstunden leistet und dergleichen mehr.

Auch hier ist eine markante Differenz zwischen der aktuellen Haltung Herrn Müllers und seinem Umgang mit diesbezüglichen Situationen im Kontext seines alten Beschäftigungsverhältnisses zu konstatieren. Weiterbildungsambitionen und dergleichen verfolgte er nach eigenen Angaben in den 19 Jahren der Beschäftigung im Chemiegroßbetrieb nur nach ausführlicher Absprache und im Konsens mit den jeweiligen Vorgesetzten. Dass Herr Müller heute

opportunistischer vorgeht, sich nicht mehr fest an einen Arbeitgeber binden möchte, der Ansicht ist, jeder sei seines eigenen Glückes Schmied und auch in Bezug auf Weiterbildungen sich primär am eigenen Selbst orientiert, ist dabei wiederum auch eine Folge der Erfahrungen, die er im Zusammenhang mit der schmerzhaft wahrgenommen Trennung vom alten Arbeitgeber gemacht hat. Während Herr Müller seine erwerbsbezogenen Überzeugungen und Entscheidungen im Kontext disziplinierender Anrufungen am Betrieb ausrichtete, dieser also in jener Phase den zentralen Anker seiner Arbeitsmarktkonstruktion bildete, rechnet er sein Arbeitsmarktschicksal heute nachhaltig auf das eigene Selbst zu und macht dieses zum primären Gegenstand seiner Bemühungen. Knapp gesagt: Die Erwerbsbiografie Herrn Müllers ist gekennzeichnet von einem krisenartigen Übergang von einer betriebs- zu einer selbstzentrierten Arbeitsmarktkonstruktion.

### 5.6.3 Exkurs: Die Jobbörse Monster

Arbeitsmarktbezogene Internetnutzung spielt für Herrn Müller in der Phase dieses Übergangs dabei eine wichtige Rolle. Er beginnt im Moment der Kündigung seines alten Arbeitgebers auf verschiedenen Wegen, den Arbeitsmarkt zu beobachten. Einen Schwerpunkt legt er auf diesbezügliche Aktivitäten im Internet. So präsentiert er sich beispielsweise auf einer eigens zu diesem Zweck erstellten Homepage, nutzt verschiedene arbeitsmarktrelevante Online-Angebote wie Jobbörsen und Karrierenetze und findet schließlich seinen derzeitigen Arbeitsplatz über eine Stellenanzeige in einer digitalen Jobbörse. In der Phase des Übergangs von einer betriebs- zu einer selbstzentrierten Arbeitsmarktkonstruktion wird also das Internet wichtiger.


Betrachtet man diesen Punkt zunächst in allgemeiner Hinsicht und in Vernachlässigung der vielen Unterschiede zwischen den einzelnen arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen fällt auf, dass dieses zeitliche Zusammentreffen kein bloßer Zufall sein kann. So ist es geradezu das prominente Merkmal solcher Internetanwendungen, dass sie umfänglich auf das eigene Selbst und dessen Marktwert lenken. Während die Lektüre etwa einer Stellenanzeige in einer Tageszeitung mit einer gegebenen Situation konfrontiert, ist die Kommunikation auf dem Bildschirm des Computers fundamental davon abhängig, was man zuvor eingibt und wie man diese Eingaben variiert. Dazu ist immer eine Reflexion auf das eigene Selbst zu leisten. Beispielsweise die Suchfunktion einer Jobbörse zu nutzen, bedeutet die richtigen Mausklicks zu tätigen oder für die Eingabe in die fraglichen Textfelder angemessene Worte und Formulierungen zu finden. Richtig und angemessen ist dabei, was man vom eigenen Selbst aus als le-

gitim erachtet. Unweigerlich gerät ein Nutzer wie Herr Müller im Umgang mit arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen in einen Modus der Beobachtung zweiter Ordnung. So stellt sich im Rahmen der betreffenden Kommunikation erst die Frage, was die relevante Beschreibung der eigenen Arbeitskraft ist und wie dieses arbeitskraftbezogene Selbst zweckdienlich kommuniziert werden kann.

Herr Müller nutzt in diesem Zusammenhang etwa Internetjobbörsen wie Monster. Arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen dieses Typs haben einen relativ großen Funktionsumfang und bieten dem/der NutzerIn verschiedenste Möglichkeiten. Relativ niedrigschwellig und ohne großen Aufwand ist es zum Beispiel möglich, einen Überblick über das aktuelle Stellenangebot zu erhalten. Die Herausforderung besteht hier lediglich darin, eine Suchmaske mit einer Bezeichnung für den gesuchten Job und eine Angabe für die Region, in der gesucht werden soll, auszufüllen. Gemessen an älteren Verbreitungsmedien generiert die Seite in einer äußerst hohen Geschwindigkeit eine Auskunft über offene Stellen. Die räumliche Reichweite dieser Kommunikation wird dabei lediglich bei entsprechenden Angaben des Nutzers begrenzt und es potenziell global. Arbeitsmarktkommunikation ist hier tendenziell jederzeit und ohne räumliche Grenzen möglich. Nutzern wie Herrn Müller zeigt sich am Arbeitsmarkt, den Charakteristika wie Simplizität, Kontinuität und zeitliche Unmittelbarkeit auszeichnen. Der Arbeitsmarkt erscheint als jederzeit und umfänglich sichtbares Praxisfeld, das ohne besondere Fähigkeiten ‚bedient‘ werden kann. In Abbildung 8 ist ein Screenshot der Internetjobbörse Monster wiedergegeben, der die Metapher der Sichtbarkeit des Arbeitsmarktes in überdeutlicher Weise aufruft.

**Abbildung 8: Sichtbarkeit des Arbeitsmarktes im Portal Monster**

**JOBS PER E-MAIL »**  
Komfortabel, kostenlos, passend



**Einfacher geht es nicht. Speichern Sie nur einmal Ihre Suche auf monster.de ab und die Stellenangebote, die Ihren Auswahlkriterien entsprechen, landen von nun an automatisch bei Ihnen im Postfach.**

Quelle: [www.monster.de](http://www.monster.de).

Die Abbildung zeigt deutlich, dass der gesamte Prozess in einem grafisch äußerst aufwändig hergestellten Rahmen stattfindet, der sich ästhetisch in keinem nennenswerten Punkt von Praktiken des Online-Shopping oder der Betätigung in freizeitbezogenen Online-Netzwerken usw. unterscheidet. Die Suggestion ist, dass nur ein wenig Aktivität ausreicht, um in das freundlich und unterhaltsame Spiel um Jobs einzusteigen. Gerade mobile Endgeräte steigern diese Aspekte noch einmal. Sich am Arbeitsmarkt zu engagieren sei in diesem Kontext etwas, was „einfach“ und automatisch ablaufe. Arbeitsmarktkommunikation wird durch das überaus freundliche und bequem zu bedienende Interface von Seiten wie Monster zu einer Praxisform, die einen mühelosen und zum unterhaltsamen tendierenden Charakter hat. Dabei sind Bilder, wie das in der Abbildung 8 wiedergegeben, nicht nur Teil einer attraktiv gestalteten, aber äußeren Fassade. Die gesamte Gestaltung der Seite folgt dieser Ästhetik und verschafft Arbeitsmarktkommunikation nachhaltig den Stellenwert einer spielerischen und unterhaltsamen Praxisform. Insgesamt läuft Kommunikation hier weniger über sprachliche und in entscheidendem Ausmaß mehr über grafische Elemente. Die Thematisierung selbstzentrierter Ar-

beitsmarktkonstruktion wird von der, atmosphärisch in Richtung Self-Empowerment (Bröckling 2007) aufgeladenen, grafischen Umsetzung dominiert.

Neben diesen Aspekten verweist zudem die Praxis des Ausfüllens einer solchen Suchmaske schon darauf, dass Seiten wie Monster zur Beobachtung zweiter Ordnung anregen. Die Frage, welche Berufsbezeichnung in das entsprechende Feld eingetragen wird, setzt voraus, dass ein Konzept und eine Vorstellung darüber existiert, wie andere ‚Marktteilnehmer‘ den eigenen Beruf bezeichnen und sehen würden. Die Frage, die sich hier stellt, lautet also: wie beobachten mich die anderen Beobachter? Während hier in älteren Verbreitungsmedien andere soziale Instanzen eine Vorgabe machten (etwa die Angestellte der Arbeitsagentur oder der Personalverantwortliche beim formulieren einer Stellenanzeige in einer Zeitung) – mit anderen Worten: an diesem Punkt fremdreferentielle Kommunikation also eine entscheidende Rolle spielte – gibt im Kontext solcher Online-Jobbörsen derjenige die Antwort, der auch die Frage stellt: das eigene Selbst.

Um Funktionen jenseits einer spontanen und unspezifischen Abfrage der jobbörseneigenen Datenbank nach offenen Stellen zu nutzen, ist es allerdings notwendig, wie im Falle der meisten Web 2.0-Anwendungen üblich, einen eigenen Account zu erstellen und zu pflegen. Hier findet dann Arbeit am eigenen Selbst in einer gesteigerten Form statt. Fast alle Kategorien, die von der Website Monster in diesem Rahmen vorgegeben werden, provozieren eine umfängliche und auf Außenwirksamkeit bezogene Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbst. Insbesondere in den Kategorien „Über mich“, „Fähigkeiten“ oder „Interessen“ stellt sich die Frage, was als Selbst gesehen werden soll, besonders intensiver Form. Bezugspunkt ist dabei die Frage, wie sich das hier formulierte und dargestellte Selbst am Markt bewährt und den eigenen Möglichkeitsraum offen hält (vgl. Abbildung 9).

**Abbildung 9: Selbstprofil in der Jobbörse Monster**



Quelle: [www.monster.de](http://www.monster.de).

Die Jobbörse Monster formt Arbeitsmarktkommunikation damit nachhaltig in Richtung Markt und die Kommunikation von Erwerbsorientierungen in Richtung Selbstzentrierung. Reichert bezeichnet dies als „Profiling“, dass er wie folgt charakterisiert: „Sie [Seiten wie Monster, d.A.] verkörpern den Imperativ zur permanenten Selbstentzifferung auf der Grundlage bestimmter Auswahlmenüs, vorgegebener Datenfelder und eines Vokabulars, dass es den Individuen erlauben soll, sich selbst in einer boomenden Bekenntniskultur zu verorten“ (Reichert 2008: 103). Der reflexive Umgang mit dem eigenen Selbst wird Teil des Alltags und erhebt den Markt zur relevanten Umwelt, auf welche die entsprechenden Konstruktionsleistungen bezogen werden.

#### 5.6.4 Selbst und Jobbörse

Der wichtige Punkt ist also, dass im Zuge der Nutzung von Online-Jobbörsen wie Monster eine Reflexion auf das eigene Selbst in Gang gesetzt wird. Eine weitere wichtige Eigenschaft solcher Praxis ist, dass dieser Vorgang zunächst tendenziell spielerischer Natur ist. Herr Müller äußert sich entsprechend über seine Erfahrungen mit der Nutzung von Jobbörsen:

„Also wenn man sich damit [(Jobbörsen, d.A.)] beschäftigt, dann gibt es irgendwann Schwerpunkte nach denen man suchen kann (ja), die klassische Berufsbezeichnung ist das eigentlich nicht, da findet man das We-



nigste bei. Man muss da schon ein bisschen kreativ sein, (...) und ich sag mal, dann kann man da natürlich äh da echt schauen“ (Hr. Müller).

Während in den Interaktionen mit dem Personalmanager im Betrieb oder mit der Angestellten der Agentur für Arbeit definierte Erwartungen beachtet werden müssen, wäre ein solches Vorgehen im Internet gerade abträglich. Es geht hier um ein „*kreatives*“ Probieren, ein bisweilen spielerisches Verlassen „*klassischer*“ vorgegebener kategorialer Beschränkungen, ein zunächst folgenloses „*Schauen*“ auf und Beobachten des ubiquitären und in bequemer Form gegebenen Arbeitsmarktes.

Die (zunächst) spielerische Dimension internetgestützter Arbeitsmarktkommunikation stellt dabei eine eigene Qualität der arbeitsmarktbezogenen Kommunikation über das Verbreitungsmedium Internet dar. Hier unterscheidet sich dieses Verbreitungsmedium in markanter Weise von allen anderen vorhandenen Kommunikationsmedien. Etwa ein „kreativer“ Umgang mit relevanten kommunikativen Inhalten wie Zeugnissen, Zertifikaten und sonstigen Urkunden wäre in den meisten anderen Kontexten wenig hilfreich oder gar illegitim. Im Beratungsgespräch mit dem/der Angestellte/n der Agentur für Arbeit ein vielleicht nicht so vorteilhaftes Arbeitszeugnis wegzulassen, ein Weiterbildungszertifikat probenhalber als gegeben anzunehmen oder einfach nur aus purem Interesse einen fiktiven Lebenslauf anzugeben, würde die Belastbarkeitsgrenze einer solchen kommunikativen Autopoiesis vermutlich deutlich überschreiten. Auch in interaktionsnahen persönlichen Netzwerken, die arbeitsmarktbezogen ja gerade deswegen funktional sind, weil man sich kennt, sind „kreativen“ Modifikationen des eigenen Selbst enge Grenzen gesetzt. Man weiß voneinander – von formalen Aspekten bis zum Stallgeruch – und findet deshalb erwerbsbezogene Anschlüsse (vgl. Apitzsch 2010). Ebenso wären einer „kreativen“ Praxis des Lesens von Stellenanzeigen in Zeitungen und Zeitschriften enge Grenzen gesetzt. Beispielsweise eine Antwort auf die Frage, wie der Möglichkeitsraum für Chemikanten in den USA ist, wäre auf der Grundlage der Lektüre einer gedruckten Zeitung im Vergleich zur Lektüre von Online-Stellenanzeigen nur mit einem ungleich höheren Aufwand, sprich: im Ernstfall möglich. Stellenanzeigen in Zeitungen und Zeitschriften präsentieren offene Stellen in einem starren Raster und in einem eng begrenzten räumlichen und zeitlichen Rahmen. Sie helfen beispielsweise Herrn Müller, einen Überblick über die regionale Arbeitsmarktsituation zu erhalten, nicht aber, spielerisch und „kreativ“ weiter entfernt liegende Möglichkeiten zu erkunden.

Während „kreative“ Modifikationen des eigenen Selbst, verstanden als ein Modus des probierenden Variierens, in der Kommunikation mit anderen Verbreitungsmedien nicht anschlussfähig sind und unterdrückt werden, fordert die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwen-

dungen einen solchen Modus gerade heraus. Spielerisch heißt dabei keinesfalls, dass es sich um eine Praxis handelt, die in Sinne eines fantasiebeflügelten Gedankenspiels oder eines schwärmerischen Ausmalens einer möglichst vorteilhaften Arbeitsmarktsituation, kurz: mit der Produktion von Hirngespinnsten zu vergleichen ist. Im Internet wird kommuniziert. Es geht um die Produktion sozialer Ereignisse, um eigenlogische Prozesse, die ohne den, bei der Nutzung anderer Verbreitungsmedien üblichen Aufwand, überraschende Ergebnisse jenseits der eigenen Fantasie liefern können. Dazu Herr Müller: „Ja tja, Vorteil ist natürlich Internet man kriegt sehr schnell eine umfangreiche Liste (mh), die aber nicht immer zielgebunden ist.“ Absicht einer „kreativen“ arbeitsmarktbezogenen Internetnutzung ist demnach für Herrn Müller, zunächst ohne bestimmtes Ziel über das selbstbezogene Modifizieren von Bildschirmeingaben „schnell“ und „umfangreich“ einen sonst nicht erreichbaren Möglichkeitsraum erfahrbar zu machen.

Für Herrn Müller macht diese Weise der Konstruktion von Möglichkeiten also gerade deshalb Sinn, weil sie unmittelbar folgenlos zu sein scheint. Wie das Interview mit Herrn Müller deutlich zeigt, bleibt die Nutzung des Internets aber nicht ganz so folgenlos, wie es zunächst scheint. So zeigt sich, dass eine Umlenkung der Aufmerksamkeit auf das eigene Selbst stattfindet. Unmittelbare Intention und Konsequenz der Nutzung einer arbeitsmarktbezogenen Internetanwendung ist gar nicht vordergründig eine effiziente Stellensuche, sondern vielmehr eine Reflexion auf den Arbeitsmarktwert des eigenen Selbst und die Konstruktion eines erweiterten Möglichkeitsraumes. Die Privatheit und Unverbindlichkeit der Praxis einer arbeitsmarktbezogenen Recherche im Internet, die hohe räumliche, zeitliche und sachliche Reichweite und die Vorteile eines spielerischen Umgangs mit dem eigenen Selbst eröffnen also einen kommunikativen Modus, der sich grundsätzlich von anderen arbeitsmarktbezogenen Modi der Kommunikation unterscheidet. Herr Müller spielt mit dem eigenen Selbst und konstruiert von hier aus den Arbeitsmarkt. Nicht die betrieblichen, regionalen, familien-, branchen- oder nachfragebezogenen Merkmale einer Situation sind Ausgangspunkt seiner Arbeitsmarktkonstruktion, sondern der Blick auf das eigene Selbst.

Selbstverständlich verlieren situative Merkmale damit nicht automatisch an Bedeutung. Herr Müller findet trotz gegenteiligen Wunsches nach seiner Entlassung keine Anstellung in einer vertretbaren räumlichen Entfernung von seinem Heimatort im Harz, so dass er einen Umzug und einen beruflichen und privaten Neubeginn in Kauf nehmen muss. Ob mit oder ohne Internet muss eine Arbeitsmarktkonstruktion sich in den relevanten Umwelten bewähren. Herr Müller sieht, beobachtet und erfährt die relevanten Umwelten aber in einem starken Sinn als Ergebnis seiner Aktivitäten und der Eigenschaften seines Selbst. Mehr als im Kontext

anderer Verbreitungsmedien erfährt er: Jeder ist seines Glückes Schmied. Was das Beispiel des Herrn Müller also zeigt ist, dass die oben konstatierte Umstellung von einer betriebs- auf eine selbstzentrierte Form der Arbeitsmarktkonstruktion von der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen passend orchestriert und auch ein Stück motiviert werden kann. Der damit verbundene Effekt liegt also nicht so sehr in einer Erhöhung der Wahrscheinlichkeit eines Sucherfolges. Es geht nicht unmittelbar um Allokation. Vielmehr verändert sich der Gehalt des kommunikativen Artefakts namens Arbeitsmarkt und der mit diesem verknüpften Anrufungen. Die benannten Eigenschaften internetgestützter Arbeitsmarktkommunikation verschieben die entsprechenden Kommunikationen offensichtlich zu einer selbstzentrierteren Form der Anrufung von potentiellen Arbeitskräften. In der Erwerbsbiografie des Herrn Müller ist dies deutlich spürbar, tritt das Internet doch im Moment der einschlägigen Verschiebung seiner Arbeitsmarktkonstruktion auf die Bühne. Und wie oben ausgeführt, ist die sich einstellende selbstzentrierte Form der Arbeitsmarktkonstruktion dann mittelbar auch gar nicht so folgenlos. Herr Müller reformuliert seine bisherige Erwerbsbiografie, verhält sich in Bezug auf Weiterbildung weitaus strategischer, schließt weitere Wechsel nicht aus etc. Das selbstzentrierte Spiel der nicht zielgerichteten Konstruktion eines Möglichkeitsraums bleibt unmittelbar folgenlos – und ist vielleicht gerade deshalb mittelbar so folgenreich.

Die Pointe im Falle Herrn Müllers ist dabei, dass die Nutzung des Internets auch in einer zweiten Hinsicht gar nicht so folgenlos bleibt. Herr Müller schildert:

„Naja es gibt so äh Jobsuchmaschinen (ja) und man konnte dann so verschiedene Begrifflichkeiten miteinander kombinieren und irgendwann probiert man einfach alles durch. Und ich hab mich echt vertippt in dieser Schreibe-, Beschrei- äh in diesem=diesem Wortlaut und hab dann diese Stelle gefunden und hab das gelesen und dachte, das klingt ja interessant. (...) und in der Woche drauf hatte ich das erste Vorstellungsgespräch, die Woche da drauf das zweite und dann den Vertrag in der Tasche“ (Hr. Müller).

Herr Müller betreibt die spielerische Konstruktion des Möglichkeitsraums am Arbeitsmarkt auf Basis der zunächst gar nicht zielgerichteten Selbstmodifikationen also äußerst expansiv, er „probiert (...) alles durch“ und findet über diesen Weg sogar seine derzeitige Arbeitsstelle. Entscheidend ist, dass dieser Erfolg keinem festgelegten Plan zu verdanken ist und keinem formal festzuschreibenden Muster folgt. Vielmehr handelt es sich hier um ein Ereignis, das vordergründig als ein Fehler – Herr Müller hat sich „echt vertippt“ - zu charakterisieren wäre und das ausschlaggebend für die gewünschte Entwicklung ist. Herr Müller hat sich „vertippt“ und ist auf diesem Umweg zu einem Ziel gelangt, von dem er im Moment der internetgestützten Arbeitsmarktrecherche gar nicht wusste (oder wissen konnte), dass es sich um ein für ihn

relevantes Ziel handeln könnte. Er findet einen Arbeitsplatz in einem pharmazeutischen Betrieb im norddeutschen Raum – einen Arbeitsplatz in einer Branche, die Herr Müller zuvor für sich nicht in Betracht gezogen hat und einen Arbeitsplatz in einer Region, für die in keiner Weise Präferenzen vorlagen.

Auch hier zeigt sich ein markanter Unterschied zwischen den Formen von Arbeitsmarktkommunikation, die über ältere Verbreitungsmedien laufen und solchen, die sich im Zusammenhang mit der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen ereignen. Eine parallele Ereigniskette im Kontext anderer Verbreitungsmedien ist kaum denkbar. Beispielsweise ist es unrealistisch, davon auszugehen, dass Herr Müller, möglicherweise ohne es zu wollen, eine Zeitung mit norddeutschen Stellenanzeigen erwirbt und dies zum Zwecke einer Recherche nach Stellen, die ihn zunächst gar nicht interessieren, benutzt. Ebenso ist es unwahrscheinlich, dass eine Suche nach potentiellen Arbeitgebern zur Lektüre von Fachzeitschrift oder branchenbezogenen Publikationen führt, die nicht im Kontext einer für den Suchenden offensichtlich relevanten Branche platziert sind. Oder auch davon auszugehen, dass im Rahmen der Praxis eines Vermittlungsversuchs der Agentur für Arbeit ein systematischer Platz für Fehler eingebaut wäre, ist unplausibel. Und auch die viel zitierten „weak ties“ persönlicher Netzwerke (vgl. Granovetter 1995, 2002) sind hier nicht ausschlaggebend, weil im Falle der, von einer unpersönlichen Internetkommunikation induzierten Ereigniskette überhaupt keine „ties“ im Sinne der einschlägigen Konzepte vorliegen, sondern ein bewusst in Kauf genommener „weak error“ den kommunikativen Anschluss erzeugt.

Fehler lassen sich nicht planen und entlang eines formal festgelegten Musters zielgerichtet erzeugen – offensichtlich aber im Rahmen einer einschlägigen Internetnutzung kultivieren und als Quell für kommunikative Anschlüsse fruchtbar machen. Eine Eingabe, sei es in der Form von Klicks oder von Text, ist schnell gemacht und gegebenenfalls relativ schnell und folgenlos(!) zu revidieren. Während Fehler im Zusammenhang älterer Verbreitungsmedien systematisch unterdrückt und tendenziell immer als ex ante zu vermeidender Negativfall behandelt werden, können sie in Internetjobbörsen im Rahmen eines Vorgehens, dass dem Muster des trial and error folgt, Überraschungen erzeugen. Zugespitzt: Erst die Möglichkeit der Kommunikation von „weak errors“ ermöglicht eine Ausweitung des Möglichkeitsraums auf unbekanntes Terrain. Das kommunikative Setting in internetgestützten Jobbörsen ist darauf angelegt, Zufälle zu motorisieren, produktive Überraschungen zu provozieren, und nicht intendierte Effekte zu stabilisieren.

Kommunikationstheoretisch gesehen ist die Kennzeichnung des oben geschilderten Ereignisses als „Vertippen“ und also als Fehler begrifflich nicht zu rechtfertigen. Legt man die evo-

lutionstheoretischen Konzepte des systemtheoretischen Ansatzes zugrunde, müsste man nicht von Fehlern sondern vielmehr von Mutationen sprechen, die im Rahmen selektiver Prozesse stabilisiert werden oder nicht. Der vorliegende Fall des folgenreichen „Vertippens“ in einer Internetjobbörse erscheint auf dieser Folie als eine zufällige Variation – als Mutation – der kommunikativen Struktur des betreffenden Systems. Mit Blick auf Verbreitungsmedien ist dabei die Pointe, dass das Internet hier als Selektionsfilter von Kommunikation mit eben genau der Eigenschaft ins Spiel kommt, solche Mutationen nicht zu unterdrücken, sondern zu promovieren. Gedruckte Medien sind (schon historisch) darauf angelegt, Fehler zu minimieren; bewerbungsrelevante Telefongespräche sind dann gut, wenn es nicht rauscht; Interaktionen im Bewerbungsgespräch dann gewollt, wenn man sich „gut versteht“; kommunikative Kontakte mit der Agentur für Arbeit gelten als erfolgreich, wenn die Formulare fehlerfrei ausgefüllt sind, etc. Im Kontext der Nutzung von Jobbörsen sind Mutationen als folgenloses Kreativspiel mit dem eigenen Arbeitsmarktselbst und dem betreffenden Möglichkeitsraum aber durchaus zugelassen und haben weitaus größere Chancen als in anderen Kommunikationsmedien, stabilisiert und die kommunikative Struktur einer Kommunikation dauerhaft eingelassen zu werden.

Herr Müller beginnt in der Phase seiner bis dato größten erwerbsbiografischen Krise, dass Internet arbeitsmarktbezogen zu nutzen. Damit bewegt er sich auf einer kommunikativen Bühne, die anders gebaut ist, als im Kontext älterer Verbreitungsmedien üblich. Aus der Analyse des Interviews mit Herrn Müller lassen sich bis hierher folgende Merkmale der betreffenden Internetkommunikationen festhalten:

1. Die arbeitsmarktbezogene Kommunikation im Internet privilegiert Formen der Anrufung von Personen, die vergleichsweise wenig disziplinarischen Charakters und stattdessen umfassend auf das Postulat hoher Eigenverantwortlichkeit und Selbstzurechnung fokussiert ist. *Das Internet wirkt als ein Selektionsfilter für eine Form der kommunikativen Adressierung von Personen, in der das Selbst im Zentrum steht, eine Form der Kommunikation, die als Beobachtung zweiter Ordnung bezeichnet werden kann.* Damit werden andere kommunikative Bezüge nicht marginalisiert – das Verhältnis von Angebot und Nachfrage nach einer bestimmten Qualifikation, die familiäre Situation, regionale Verwurzelung etc. sind nach wie vor relevant – jedoch wird sich von einem anderen Punkt aus auf diese Dinge bezogen. Die Aufmerksamkeit des adressierten Nutzers wird auf einen kreativen Umgang mit dem eigenen Selbst gelenkt und dieses Selbst als dominanter Zurechnungspunkt installiert.
2. Bestimmte spezifische Eigenschaften der Kommunikation in Jobbörsen wie beispielsweise deren hohe räumliche, zeitliche und sachliche Reichweite bei gleichzeitig hoher Privatheit und Unverbindlichkeit sorgen dafür, dass eine zunächst spielerische Konstruktion des Arbeitsmarktes möglich wird. *Arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen eröffnen die Möglichkeit, arbeitsmarktbezogen zu kommunizieren, ohne jeweils entsprechende Folgen antizipieren zu müssen.* In diesem Modus lässt sich dann ein un-

gleich größerer Möglichkeitsraum beobachten als im Kontext anderer Verbreitungsmedien. Die relative Folgenlosigkeit solcher Kommunikation perpetuiert die spezifische Konstruktion des Arbeitsmarktes im Internet und öffnet so das Tor für eine umfassende Rezeption der hier kommunizierten selbstzentrierten Form der Anrufung.<sup>96</sup>

3. Schließlich ist die Kommunikation speziell in Internetjobbörsen auf besondere Weise fehler- und zufallsaffin oder system- und evolutionstheoretisch formuliert: mutagen. Während im Kontext älterer Verbreitungsmedien kommunikative Ereignisse, die zunächst nicht anschlussfähig sind, systematisch unterdrückt werden, wirkt das Internet als ein positiver Selektionsfilter der Kommunikation zufälliger Variationen. Eine zunächst fehlerhafte Eingabe kann so in kommunikativen Verzweigungen münden, die produktive Überraschungen bergen und die im Rahmen der Kommunikation in anderen Verbreitungsmedien hoch unwahrscheinlich wären. Dieser Punkt steht in einem engen Zusammenhang mit den beiden zuvor genannten. Das von der Zumutung unmittelbarer Folgen entlastete Spiel mit dem eigenen Selbst und dessen Möglichkeiten kann als Modus des Ausprobierens und kreativen Formens der kommunizierten Inhalte gelten – und damit per Definition als variationsfreundlicher und zufallsaffiner Modus der Kommunikation betrachtet werden. *Die internetspezifische Freundlichkeit gegenüber dem Modus des „Fehlermachens“ ist ein systematischer Quell des selbstzentrierten Möglichkeitsspiels.* Das Internet ist eine Möglichkeitenmaschine.

Keineswegs ist dabei diese Aufzählung von spezifischen Merkmalen arbeitsmarktbezogener Kommunikation im Internet als eine Analyse der erklärenden Faktoren für den krisenhaft erfahrenen Wandel der Arbeitsmarktkonstruktionen des Herrn Müller zu verstehen. Die Behauptung ist also nicht, dass mit der Nutzung des Internets der dominierende Pull-Faktor einer betriebs- auf eine selbstzentrierte Arbeitsmarktkonstruktion identifiziert wäre. Was sich aber beobachten lässt ist, dass das Internet als ein Verstärker selbstzentrierter Anrufungen und entsprechender Arbeitsmarktkonstruktionen ins Spiel kommt. Der skizzierte Wandel der Arbeitsmarktkonstruktion Herrn Müllers und die Nutzung des Internets stehen (mindestens) in einem Verhältnis der Wahlverwandtschaft. Das eigene Selbst als Zentrum und dominanten Zurechnungspunkt des Arbeitsmarktschicksals zu sehen, wird im Zuge der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen als hoch plausible und weithin legitime Möglichkeit des Bezugs auf den Arbeitsmarkt erfahrbar.

#### 5.6.5 Erwerbsbiografische Krise

---

<sup>96</sup> Die vordergründige Folgenlosigkeit internetgestützter Arbeitsmarktkommunikation verleitet dann auch dazu, diese Form der Kommunikation zu marginalisieren und ihr nicht die gebührende analytische Aufmerksamkeit zu schenken. Betrachtet man beispielsweise nur den relativ geringen Anteil des Internets an tatsächlichen Rekrutierungen (vgl. Dietz et al. 2011), läuft man Gefahr, die skizzierten mittelbaren Verschiebungen aus dem Blick zu verlieren und die eigentliche Dimension dieser Entwicklung zu unterschätzen.

Um die Rolle des Internets für die Erwerbsorientierung im Fall Herrn Müllers noch näher zu verstehen und die bis hierher gesammelten Beobachtungen zur Nutzung von Online-Jobbörsen entsprechend einzuordnen, ist es notwendig, noch einmal intensiver auf die Situation einzugehen, die in den vorhergehenden Argumenten unter der Überschrift Jobwechsel schon angesprochen wurden und die den zentralen und dramatischen Wendepunkt in der Erwerbsbiografie Herrn Müllers darstellen.

Im Jahr 2009 hat der Chemiegroßbetrieb, in welchem Herr Müller von seiner Ausbildung bis zu diesem Zeitpunkt beschäftigt war, mit massiven Problemen zu kämpfen. Sowohl die sich weltweit auswirkende Finanz- und Wirtschaftskrise als auch der von immer kurzfristigeren Innovationszyklen gekennzeichnete Absatzmarkt lassen die Auftragslage für viele der metallurgischen und chemischen Produkte des Betriebs stark schwanken und zeitweise massiv einbrechen. Hinzu kamen eine Veränderung in der Eigentümerstruktur – im Jahr 2008 engagierte sich ein amerikanischer Investor – und eine spürbare Veränderung im Stil der Personalpolitik. Die Beschäftigungsstruktur des Gesamtbetriebs veränderte sich massiv. Leiharbeit wurde zunehmend strategisch eingesetzt und Beschäftigte wurden verstärkt als Kostenfaktor gesehen. Langfristige Beschäftigungsverhältnisse wurden gekündigt und Neuanstellungen nur noch befristet vorgenommen. Segmentationstheoretisch gesprochen: In weiten Teilen der Beschäftigungsstruktur kam es zu einer Auflösung des Modells interner Teilarbeitsmärkte. Diese Entwicklungen kulminierten in „riesengroßen Entlassungswellen“, bei denen „um die 400, 450 Leute das Werk verlassen mussten“ (Hr. Müller). Auch Herr Müller wurde im Jahr 2009 gekündigt. Für ihn war das „ne ziemliche böse Zeit“ (Hr. Müller), die mit einem traumatisch erfahrenen Bruch in seinen erwerbsbezogenen Überzeugungen und Ansichten verbunden ist. Während die Perspektive auf die arbeitsmarktbezogene Internetnutzung hilfreich ist, den Einfluss des Verbreitungsmediums Internet auf die spezifische Art und Weise der derzeitigen Arbeitsmarktkonstruktion Herrn Müllers offen zu legen, kann sie den vor jenem Hintergrund stattfinden Bruch in seinen erwerbs- und arbeitsmarktbezogenen Konstruktion keinesfalls allein erklären. Die Kündigung des alten Arbeitgebers erfolgte nicht, weil Herr Müller das Internet genutzt hat. Und die nachhaltige Stabilisierung der neuen Form der Arbeitsmarktkonstruktion hätte auch bei anhaltender Internetnutzung nicht in dieser Weise stattfinden *müssen*. Das bedeutet, dass der Schlüssel für eine Erklärung nicht allein in einer Analyse der genutzten Verbreitungsmedien liegen kann. Hier gilt es, die Komplexität der Situation ernst zu nehmen und die einschlägigen Erzählungen Herrn Müllers tiefergehend zu beleuchten.

Wie oben schon thematisiert ist der zentrale Punkt, um den die Schilderungen Herrn Müllers bezüglich seiner Erwerbsbiografie immer wieder kreisen, die krisenhafte Erfahrung der

Kündigung des alten Arbeitgebers. Diese ist auch zum Zeitpunkt des Interviews in drängender Weise präsent und tritt als thematischer Anker für Reflexionen zum erwerbsbiografischen Verlauf über das gesamte Interview hinweg auf. Dabei ist der entscheidende Punkt, dass Herr Müller sein 19 Jahre währendes Beschäftigungsverhältnis im benannten Harzer Chemiegroßbetrieb bis zum Zeitpunkt der Kündigung als ein soziales Arrangement erfahren hat, welche weit über eine bloß instrumentelle, dem Zwecke des Gelderwerbs dienende Beziehung hinaus geht. Herr Müller dazu:

„Also wie gesagt, ich bin ja in dem Unternehmen äh rund 19 Jahre gewesen (mh) und ich sag mal der Großteil der Zeit war eigentlich sehr schön. Wenn man jetzt das Ende der Zeit mal außen vorlässt und die Ausbildungszeit ausklammert (...) Tja ich sag mal also es ist sehr herzlich gewesen, manchmal hat es auch einen rauen Ton gehabt, das gehört dazu, wie in einer Familie“ (Hr. Müller).

Herr Müller kommt mit dieser Erzählung der Bitte des Interviewers nach, das Arbeitsklima im Kontext seiner damaligen Beschäftigung zu schildern. Seine Formulierungen legen zuerst einmal nahe, dass er diese Phase mitsamt der darin eingelassenen Erfahrungen, Anschauungen und Ereignisse als unwiderruflich beendet betrachtet. Schon die ausführliche Erwähnung der chronologischen Anfangs- und Endpunkte dieses erwerbsbiografischen Abschnitts suggeriert, dass seitdem eine nicht reversible Entwicklung stattgefunden hat – eine Entwicklung, die es ihm heute ermöglicht, von einem distanzierten Standpunkt aus über den damaligen Kontext zu urteilen. So bemüht sich Herr Müller dann auch um versöhnliche Formulierungen, die den Geist eines großmütigen und nicht nachtragenden Rückblicks atmen. Er spricht von einer „eigentlich sehr schönen Zeit“, und betont auch im Fortgang des Interviews gelegentlich die Vorzüge der damaligen Situation.

Andererseits schwingt in diesen Formulierungen aber auch deutlich ein Moment rückblickender Unzufriedenheit und Verbitterung mit. Die damalige Zeit war eben *nur* „eigentlich“ und nicht etwa „wirklich“ oder „komplett“ schön. Insbesondere der Umstand, dass er zur Kennzeichnung des damaligen Klimas den Begriff der „Familie“ in Anschlag bringt, ist hier aufschlussreich. Insofern familiäre Beziehungsstrukturen zuvorderst durch Merkmale wie Unkündbarkeit und Dauerhaftigkeit gekennzeichnet sind, zeugt die Erzählung Herrn Müllers davon, dass das besagte Ende dieser Phase einen tiefgreifenden Bruch bedeutete. Dass Herr Müller tatsächlich kaum an der Dauerhaftigkeit des damaligen Arrangements zweifelte, bezeugen auch andere Äußerungen wie etwa diese: „mit dem damaligen Stand hätte ich gesagt, da gehste in Rente (mh)“ (Hr. Müller). Teil des psychologischen Vertrags, von dem das damalige Beschäftigungsverhältnis getragen wurde, war demnach die informelle, quasi-familiäre



Übereinkunft, dass man bis zu einem natürlichen Ende (Rente) zusammen bleibt. Die vorzeitige, unnatürliche Beendigung dieses Beschäftigungsverhältnisses bedeutete vor diesem Hintergrund nicht nur die legitime Auflösung des Arbeitsvertrages, sondern einen als illegitim wahrgenommenen Bruch des psychologischen Vertrags, der mit der Formel Leistung gegen Sicherheit beschrieben werden könnte.<sup>97</sup>

Anders und weniger auf psychologische Kategorien abstellend formuliert, verweist Herr Müller mit dem Begriff der Familie auf eine Form der Anrufung, die ihn als ein mit allen Rechten (Langfristigkeit) und Pflichten (Leistung) integriertes Betriebsfamilienmitglied adressierte. Dabei scheint auch emotionale Kommunikation insgesamt einen überaus hohen Stellenwert im Rahmen dieser betriebszentrierten Form der Anrufung von Erwerbspersonen gehabt zu haben. Insofern Herr Müller von seinem Erleben der Trennung von seinem alten Arbeitgeber wie folgt berichtet, liegt dieser Schluss durchaus nahe:

„Im Nachhinein ist es aber so, es hat einmal richtig weh getan (ja) und deswegen sag ich mal, das ist wie mit der ersten Liebe. Wenn der erste Freund weg ist, Trauer alles kaputt. Beim zweiten Mal tut es dann nicht mehr so weh, beim dritten und vierten ist es irgendwann egal. Ne ich sag es mal einfach so, jeder hat das mal durch in seinem Leben, ne und der erste Liebeskummer und so weiter und genau so ist das im Job auch. (ok) Irgendwann sagt man von sich aus, ihr könnt mich alle mal gern haben und geht seinen Weg“ (Hr. Müller).

Diese drastischen Formulierungen machen erstens sehr deutlich nachvollziehbar, dass der ökonomische Nutzen eines Beschäftigungsverhältnisses nur eine und vielleicht noch nicht einmal immer die zentrale Dimension der Adressierung von Personen im Kontext des damaligen Betriebes war. Der Betrieb oder besser: die Betriebsfamilie bildete einen sozialen Zusammenhang, indem es um Zugehörigkeit, Anerkennung, identitätsstiftende Momente, Sicherheitsfiktionen usw. geht, die nach dem Muster von Intimbeziehungen strukturiert sind. Es geht um die Kommunikation starker Emotionen, um Kommunikation im Medium affektiver Bindung. Herr Müller deutet nicht etwa vorsichtig an, dass der „Job“ auch eine gefühlsmäßige Seite hatte. Vielmehr schildert er ausführlich, dass hier ein Verhältnis bestand, dass durchaus mit einer familialen Beziehung vergleichbar ist, die primär über liebesförmige und leidenschaftliche Affekte stabilisiert wird. Betriebszentrierte Anrufungen integrieren demnach emo-

---

<sup>97</sup> Aus segmentationstheoretischer Perspektive trägt das damalige Arrangement im Übrigen fast ausschließlich Merkmale eines betrieblichen Beschäftigungssystems, das als Baustein eines klassischen internen Teilarbeitsmarktes verstanden werden kann. Neben dem skizzierten quasi-familialen, nachhaltig Bindung privilegierendem psychologischen Vertrages gab es eine geringe tatsächliche Fluktuation; es existierte eine stark hierarchisch strukturierte Arbeitsorganisation; die üblichen Einstiegspositionen waren die vakanten Ausbildungsstellen; Mobilität war fast ausschließlich auf innerbetriebliche Aufstiege entlang formal vorgegebener Kanäle reduziert; temporären Auftragsspitzen oder Auftragseinbrüchen wurde durch interne horizontale Versetzungen oder andere Instrumente interner Flexibilität begegnet.

tionale Muster, die wesentlich darauf angelegt sind, starke affektive Bindungen der adressierten psychischen Systeme auszulösen.<sup>98</sup>

Zweitens machen die hier vorliegenden Formulierungen noch einmal sichtbar, inwiefern es Sinn macht, von der Unterscheidung einer betriebszentrierten und einer selbstzentrierten Form der Anrufung auszugehen. Der durch die Trennung vom alten Arbeitgeber induzierte Verlust an Orientierung wird jedenfalls im Falle Herrn Müllers nicht durch eine Neuorientierung an einem anderen Betrieb, am Arbeitsmarkt, an wohlfahrtsstaatlichen Garantien, an einem persönlichen Netzwerk oder anderen Alternativen sondern durch einen Hinwendung auf das eigene Selbst kompensiert. Er spricht ausdrücklich davon, dass es nunmehr darum gehe, „seinen Weg“ zu gehen, und sich dabei nicht mehr in der gleichen Weise wie im Kontext seines alten Arbeitgebers auf äußere Angebote einzulassen. Das eigene Selbst gilt ihm nach der erfahrenen Trennungskrise als vorrangiger Bezugspunkt und einziger belastbarer Anker.

Drittens macht die von Herrn Müller erzählte Analogie das Ausmaß des Krisenerlebens Herrn Müllers deutlich. Die Trennung vom alten Arbeitgeber wurde offensichtlich als eine tiefgreifende und emotional schwer verkraftbare Krise erfahren, welche die bis dato als verbindlich angenommenen Koordinaten erwerbsbezogener Überzeugungen intensiv erschütterte und dekonstruierte. Die Formulierung „Trauer alles kaputt“ zeugt davon, dass diese Erfahrung nicht nur eine Verunsicherung über den weiteren erwerbsbiografischen Verlauf mit sich brachte, sondern dass der bis zu diesem Zeitpunkt sicher geglaubten Ordnung des gesamten lebensweltlichen und beruflichen Arrangements die Grundlage entzogen wurde. Die rückblickende Einordnung dieses Prozesses als eine natürliche Entwicklung – „jeder hat das mal durch in seinem Leben“ – kann als Versuch gelesen werden, den erlittenen Schicksalsschlag zu normalisieren. Der Vergleich mit einem Prozess der Herausbildung eines weniger von Affekten geleiteten, nüchternen und, so die Suggestion: bedeutend weniger naiven Liebeslebens stellt dabei eine rhetorische Krücke dar, mit der dieser Krisenerfahrung ein Stück Sinn zurückgegeben werden soll. Wieder steht das eigene Selbst im Zentrum der Erzählung: Herr Müller vermittelt den Eindruck, dass er selbst durch diese im Grunde fast notwendige biografische Krise reifer und erfahrener geworden sei. Die überaus schmerzhaft wahrgenommene

---

<sup>98</sup> Systemtheoretisch ausgedrückt heißt das: Betriebliche Organisationen, in denen Personen über die Kommunikation von Emotionen adressiert werden, parasitieren auf diese Weise wesentlich intensiver an psychischen Systemen. Sie können so nicht nur die zum Instrumentellen tendierende wirtschaftliche Kommunikation (Lohn) „verwenden“, sondern Erwerbspersonen auch affektiv binden. Anders ausgedrückt: Vermittelt über Organisationen können Erwerbspersonen in wesentlich breiterer Weise in ein Beschäftigungssystem inkludiert werden, als auf einem unvermittelten Weg über kurzfristige, marktförmig strukturierte Formen der Adressierung. Betriebszentrierte, also stark organisationsförmige Anrufungen (oder segmentationstheoretisch gesprochen: interne Teilarbeitsmärkte) machen deswegen Sinn, weil in diesem Rahmen nicht nur Geld sondern eine Vielzahl kommunikativer Medien einbezogen werden kann. Zu nennen wäre etwa das Kommunikationsmedium Macht – damit ist die disziplinarische Seite dieser Form von Anrufung thematisiert. Und eben auch Liebe – womit der hier betrachtete emotionale Aspekt der Adressierung von Personen angesprochen ist.

Krise stellt vor diesem Hintergrund das initiale Moment der selbstzentrierten Arbeitsmarktkonstruktion des Herrn Müller dar.

Dass es hier wirklich und wahrscheinlich sogar in einem physischen Sinn um Schmerzen ging, lässt sich entlang einer Reihe weiterer, mindestens ebenso drastischer Formulierungen und Erzählungen belegen. So schildert Herr Müller über einschlägige Gespräche mit Kollegen, die kurz zuvor entlassen wurden: „Und so manch einer hat bei mir am Schreibtisch gesessen und ist als erwachsener Mann in Tränen ausgebrochen. Die waren nicht mehr ansprechbar teilweise, weil plötzlich war es vorbei“ (Hr. Müller). Auch im Rahmen dieser Erzählungen betont Herr Müller, dass die eintretenden Veränderungen grundsätzlich und in ihrer wahrgenommenen Reichweite offensichtlich völlig überraschend waren. Aber vor allem der emotionale Aspekt wird wiederum hervorgehoben. Um die Tiefe der emotionalen Erschütterung zu betonen, bemüht Herr Müller das Bild des weinenden Mannes. Die Art und Weise der Formulierung lässt dabei auf einen, einem konservativen Männlichkeitsbild verpflichteten Subtext schließen, nach dem es sich, wenn Männer weinen, um einen echten ‚worstcase‘ handeln muss. Das Bild des „erwachsenen Mannes in Tränen“ soll in seiner ‚Exotik‘ bezeugen, dass es sich tatsächlich um eine Krise mit einer tiefgreifenden traumatischen Dimension gehandelt hat.<sup>99</sup> Männer weinen nicht - und wenn doch, dann demonstriert diese weitreichende Abweichung von der bis dato ungebrochen gültigen geschlechtsspezifischen Normalitätskonstruktion das Ausmaß der Krise.

Herr Müller kommt dabei im Verlauf seiner Erzählungen immer wieder auf diese wichtigste berufsbiografische Krise zurück. Offensichtlich haben die gemachten Erfahrungen einen hohen Bedarf an Deutungen hinterlassen. Seine Suche nach normalisierenden, konsistenten und tragfähigen Deutungsmustern führt ihn zu immer neuen Vergleichen und Sprachbildern. Dazu sei hier ein letztes Zitat wiedergegeben. So antwortet er auf die Frage, ob ihm der Wechsel des Arbeitgebers schwergefallen sein, wie folgt:

„Ja und der war verdammt schwer. Weil das Problem ist einfach, wenn man sehr sehr lange in einem Unternehmen ist und ich sag mal, man kennt das von der Pike auf (mh), dann ist das so, als, als wenn man ja, als

---

<sup>99</sup> Dass Herr Müllers Geschlechterbild entsprechend angelegt ist, zeigt sich im Übrigen mehrfach an einschlägigen Details und im gesamten Interview. In seinem alten beruflichen Umfeld waren fast ausschließlich Männer beschäftigt, deren geschlechtsspezifisches Welt- und Selbstbild durch patriarchalisch-hierarchische Strukturen und einer normativen Orientierung am männlich codierten Normalarbeitsverhältnis gekennzeichnet war. Hier ist Herr Müller sozialisiert, und so hat er auch Anpassungsschwierigkeiten in seinem derzeitigen Erwerbskontext, in dem überwiegend Frauen beschäftigt sind. Beispielsweise bezeichnet er es, um eine diplomatische Wortwahl bemüht, als „eine interessante Herausforderung“, sich im derzeitigen Tätigkeitsumfeld zurecht zu finden. Dass hier „überwiegend Damen als Mitarbeiterinnen“ beschäftigt sind, stellt für ihn dann auch einen potentiellen Wechselgrund dar. Als Grund gibt er an: „Frauen sind einfach anders als Männer“ (Hr. Müller).

wenn man plötzlich vor die Tür gesetzt wird. Es ist bitter kalt, es gibt nichts mehr, man sieht keinen Ausweg erst mal (ja)“ (Hr. Müller).

In dieser Sequenz sind noch einmal alle Motive zusammengefasst: die viele Jahre währende Überzeugung, Teil einer familial geprägten Gemeinschaft gewesen zu sein, die emotionale Dimension („es ist bitter kalt“) der als illegitim erfahrenen Aufkündigung dieser Beziehung und die zukunftsbezogene Wahrnehmung einer bedrohlichen Leere. Vom damaligen Zeitpunkt aus gesehen „gibt es nichts mehr“, die durch die Aufkündigung des alten Beschäftigungsverhältnisses entstandene Situation erscheint als zutiefst ausweglos. Der Zukunftsbezug ist von großer Ungewissheit und von entsprechenden Erwartungen geprägt, die nicht nur als unsicher, sondern besser als entsichert beschrieben werden müssen.

Insgesamt bildet die Krisenerfahrung das Leitmotiv im Interview mit Herrn Müller. Das dominierende Deutungsmuster ist aus Analogien zu Erfahrungen im Kontext von Intimleben und Familie gebaut und dreht sich um die emotionalen Facetten des Geschehens. Daneben versucht Herr Müller die Krisenerfahrung immer wieder mit alternativen Vergleichen einzukreisen, und als tiefen Einschnitt zu plausibilisieren. Im Moment des Zusammenbruchs der alten Beschäftigungsbeziehung bleiben die alten, erwerbsbezogen Orientierung stiftenden und emotional Halt gebenden Anrufungen komplett aus. Dies führt zu einer traumatisch erlebten Krisenphase. Das im Zuge der betriebsförmigen Adressierung der Person Herrn Müllers über Jahrzehnte gewachsenen Koordinatensystem seiner Welt- und Selbstbeziehungen zerbricht. Seine betriebszentrierte Arbeitsmarktkonstruktion ist ihres kommunikativen Bezugspunktes beraubt und es ist zu diesem Zeitpunkt offen (und unwahrscheinlich), ob sie je wieder anschlussfähig wird. Um es zugespitzt und ein wenig pathetisch aufgeladen zu formulieren: Herr Müller muss jetzt enttäuscht und verlassen in eine neue, völlig unbekannte und bedrohlich wirkende Zukunft aufbrechen.

#### 5.6.6 Trost im Internet

Nach einer mehrere Monate währenden wechsellvollen Episode zwischen Hoffnung und Desillusionierung ist Mitte des Jahres 2009 das Ende des Beschäftigungsverhältnisses zwischen Herrn Müller und seinem alten Arbeitgeber absehbar. Herr Müller fällt in dieser Zeit unter eine, hauptsächlich durch Auftragsrückgänge begründete Kurzarbeitsregelung und wird in der Folge gegen Widerstände des Arbeitgebers in eine im Zuge der stattfindenden Entlassungswellen eingerichtete Auffanggesellschaft integriert. Anfang 2010 wird das Beschäftigungsverhältnis auch formal durch einen Aufhebungsvertrag mit Abfindung beendet.

In dieser Zeit verändert sich das arbeitsmarktbezogene Informationsverhalten Herrn Müllers drastisch. Er beginnt eigenständig und aktiv, sich über verschiedene Kanäle Kenntnisse über den Arbeitsmarkt zu verschaffen. Wichtigste Informationsquelle sind zunächst arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen. Wie oben dargestellt kann in der Nutzung solcher Anwendungen ein stützendes und verstärkendes Element der neu ausgerichteten Arbeitsmarktkonstruktion gesehen werden. Die Nutzung des Internets für Arbeitsmarktbelange erlaubt und befördert Kommunikationen, in deren Rahmen selbstzentrierte, vom Druck unmittelbarer Folgen entlastete und fehlerfreundliche Anrufungen privilegiert werden.

Als initiales Moment der gewandelten Arbeitsmarktkonstruktion muss vor dem Hintergrund der obigen Ausführungen aber der von Herrn Müller aus den verschiedensten Perspektiven geschilderte, stark krisenhaft erfahrene Bruch mit dem alten Arbeitgeber gelten. Hier spielt der Verlust der primär affektiv strukturierten Bindung an seinen langjährigen Arbeitgeber die entscheidende Rolle.<sup>100</sup> Insbesondere hinsichtlich der Bewältigung der emotionalen Erschütterungen, die in diesem Zusammenhang erfahren wurden, ist aber die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen keinesfalls ohne Bedeutung. Vielmehr spielt das Internet in mehrfacher Weise eine entscheidende Rolle bei der Kompensation der durch die besagte Kündigung entstandenen emotionalen Situation.

Ein entscheidender Punkt ist, dass die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen als Möglichkeit der Reduktion zukunftsbezogener Unsicherheit ins Spiel kommt. Herr Müller beginnt im Moment seiner größten erwerbsbiografischen Krise, den Arbeitsmarkt über das Internet zu beobachten und kann sich auf diese Weise zunächst ein beruhigendes und zukunftssträchtiges Bild von einem, für ihn zum damaligen Zeitpunkt zunächst hochgradig unbekannten und beängstigenden Realitätsausschnitt namens Arbeitsmarkt verschaffen. Vom Standpunkt seiner damaligen Situation aus ist das Internet damit erst einmal nicht nur als Instrument zur Suche eines neuen Arbeitsplatzes von Bedeutung. Vielmehr sind auch die nicht unmittelbar anschlussfähigen Informationen äußerst wichtig, weil es so gelingt, Zukunftsängste zu kompensieren und der empfundenen Bedrohlichkeit der neuen, nach der Trennung vom alten Arbeitgeber entstandenen tiefgreifenden Ungewissheit etwas entgegen zu setzen.

---

<sup>100</sup>Das die emotionale Dimension im Gesamtzusammenhang der berufsbiografischen Krise Herrn Müllers die entscheidende Rolle spielt wird deutlich, wenn man beachtet, dass die Nachfrage nach seiner Arbeitskraft und seinen Qualifikationen (zumindest überregional) in seinem Sinne durchaus positiv gewesen ist. Er schafft es, nach kurzer Zeit einige relevante Beschäftigungsangebote zu bekommen. Trotz dessen ist diese Krise das zentrale Motiv des gesamten Interviews – und hier ist das oben geschilderte emotionale Erleben und damit verbunden die Erosion eines wichtigen Teils seines gesamten Weltbildes verantwortlich. Die alte Arbeitsmarktkonstruktion wird ohne Übergang zerstört – und darüber kann auch eine gute Marktlage nicht ohne weiteres hinwegtrösten.

Der bedrohliche Charakter der erwerbsbiografischen Krise wird selbstverständlich nicht nur durch die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen reduziert. Eine wichtige Rolle spielt beispielsweise auch die offensichtlich gute überregionale Arbeitsmarktlage bezüglich der Qualifikationen Herrn Müllers. So kann er nach einem halben Jahr der Arbeitsplatzsuche auf sechs Zusagen blicken und ist so in der Situation, einen Arbeitgeber wählen zu können. Bei genauer Betrachtung ist aber auch dies erst ein Ergebnis des Wandels in der Art und Weise, wie und über welche Verbreitungsmedien Herr Müller den Arbeitsmarkt konstruiert. Während er noch bis zum Ende seiner Beschäftigung bei seinem alten Arbeitgeber fest davon ausgeht, dass nur eine geringe überbetriebliche Nachfrage nach seiner Arbeitskraft besteht, vermittelt ihm der neue Blick auf den Arbeitsmarkt dann den Zugriff auf die entsprechenden Bewerbungsangebote.

Das im Internet gesammelte Wissen über den Arbeitsmarkt verhilft so zu einer Arbeitsmarktkonstruktion, in deren Rahmen Wechsel und überbetriebliche Arbeitsmärkte nicht mehr per se als Bedrohung erscheinen. Herr Müller äußert dazu: „Mh also ich sag mal, Leute mit dem Hintergrundwissen äh sind durchaus wechselbereit ja, überwiegend ja“ (Hr. Müller). Dieses Hintergrundwissen speist sich dabei zwar nicht nur aus der Beobachtung des Arbeitsmarktes im Internet. Genauso spielen auch Kommunikationen im Zusammenhang von „Vorstellungsgesprächen“ oder „Firmenbesichtigungen“ (Hr. Müller) und Stellenanzeigen in einer „Tageszeitung“ (Hr. Müller) eine Rolle. Dass aber die Vorstellung, den Arbeitgeber zu wechseln, kein Schreckensszenario mehr ist, verdankt sich hingegen initial der Praxis einer verestigten, räumlich und zeitlich entgrenzten und vom Druck unmittelbarer Folgen entlasteten Praxis der internetgestützten Beobachtung des Arbeitsmarktes.

Hintergrund ist also die in den spezifischen Eigenschaften des Verbreitungsmediums Internet angelegte Möglichkeit einer hochgradig expansiven Praxis der Beobachtung des Arbeitsmarktes. Auch Herr Müller partizipiert internetgestützt auf solch expansive Weise an Arbeitskommunikation. Auf die Frage, ob es schwierig für ihn ist, einen Überblick über den Arbeitsmarkt zu bekommen, antwortet er mit der knappen aber sehr eindeutigen Formulierung: „Nein, ich gucke jeden Tag“ (Hr. Müller). Aber nicht nur zeitlich sondern auch räumlich bringt die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen eine expansive Tendenz mit sich. Diesbezüglich befragt erzählt Herr Müller: „Ich hab mir einen Job angeguckt im Ausland, ja“ (Hr. Müller).

An diesem Punkt soll noch einmal an folgende, schon oben formulierte Beobachtung angeschlossen werden: Das unbekannte Terrain Arbeitsmarkt verliert seinen bedrohlichen Charakter, weil das Internet ihn in einer eigenen Form weithin sichtbar macht. Die Benutzung des In-

ternets ist bequem und eine Beobachtung des Arbeitsmarktes jederzeit und mit großer Reichweite möglich. Im Vergleich zu anderen Verbreitungsmedien lässt sich eine Beobachtung des Arbeitsmarktes im Internet relativ voraussetzungsfrei erreichen. Sie kann z.B. anders als im Kontext von face-to-face-Interaktionen und persönlichen Kontakten auch ohne Anwesenheit realisiert werden. Während bei persönlichen Kontakten oft ein erheblicher Koordinationsaufwand hinsichtlich der Terminfindung anfällt, ist dieser Punkt im Internet ohne Bedeutung. Jobbörsen, die eigene Homepage oder Xing (und alle diese Formen arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen nutzt Herr Müller) sind zu jeder Tageszeit und in Zeiten mobiler Endgeräte auch von jedem Ort aus möglich.

Ein zweiter für Herrn Müller entscheidender Punkt ist, dass er Beziehungen in persönlichen Netzwerken vor dem Hintergrund des bindenden Charakters reziproker Erwartungen skeptisch sieht. Dazu äußert er:

Würde ich generell nicht nutzen (ja). Erstens finde ich es gut, weil ich sage, wenn man in ein Unternehmen kommt, dann durch Eigenleistung. (Mh) Äh zweitens müsste man bei Vitamin B immer den Diener machen und sagen, vielen Dank, dass Du mir das möglich gemacht hast. (Mh) Äh und hinzu kommt, mal angenommen man nimmt einen Job an, ist da empfohlen wurden, beginnt jetzt dort und versagt kläglich, dann ist das für den, der empfohlen hat, erst mal ein echtes Dilemma (mh), und für mich, der da auf Empfehlung hingekommen ist auch ein Ding. Also dann hat die Karriere erst mal einen riesen Knick gekriegt. Möchte ich vermeiden“ (Hr. Müller).

Aus Herr Müllers Sicht überwiegen deutlich die Nachteile arbeitsmarktbezogener Kommunikation in persönlichen Netzwerken. Insbesondere die Erwartung von Erwartungen, die auf eine persönliche und in einer „moralisch“ verpflichtenden Weise an seine Person gerichtet sein könnten, schreckt ihn ab. Zentraler Effekt dieses Typs von Arbeitsmarktkommunikation ist aus der Perspektive Herrn Müllers eine Einbindung in ein Geflecht wechselseitiger Verpflichtungen, in einen netzwerkförmigen Kontext reziproker Ansprüche – und damit in einen neuen Zusammenhang. Kurz gesagt: Hier befürchtet Herr Müller eine Quelle neuer Unsicherheiten und Nachteile. Persönliche Netzwerke reduzieren aus seiner Sicht nicht die Bedrohlichkeit unsicherer Zukunftsbezüge, sondern generieren sie in einer eigenen Form. Anders als in den typischerweise zunächst unpersönlichen Kommunikationen in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen (oder hier auch Zeitung) werden hier als Zumutungen wahrgenommene Konsequenzen erwartet, die ein (zumindest in dieser Hinsicht) folgenloses und Möglichkeitsräume bequem erschließendes Beobachten des Arbeitsmarktes verhindern.

### 5.6.7 Der Arbeitsmarkt im Internet als Kontrollprojekt

Im Rahmen der Internetanwendungen, die Herr Müller nutzt, beschränkt sich Arbeitsmarktkommunikation auf die Bedienung des jeweiligen Interfaces, Eingaben und Ausgaben können in frei gewählten Zeitintervallen erfolgen, die jeweilige sachliche Reichweite der Kommunikation lässt sich von Fall zu Fall kontrollieren und weiterführende soziale Erwartungen können jederzeit vermieden werden. Etwa in der Lektüre der Email-Newsletter, die Herr Müller im Rahmen seines Xing-Accounts regelmäßig und automatisiert erhält, „zeigt“ sich der Arbeitsmarkt nebenbei und zu einem beliebigen Zeitpunkt. Trotz dessen stehen spezifische, auf den/die Inhaberin des Accounts bezogene Informationen zur Verfügung. Der gesamte Vorgang ist dabei hochgradig kontrollierbar. Die betreffenden Emails lassen sich intensiv studieren, ungelesen löschen oder nebenbei konsumieren – jeweils ohne eigendynamische Prozesse und unkontrollierbare soziale Erwartungen hervorzurufen.

Dabei ist es Herrn Müller insgesamt sehr wichtig, seine arbeitsmarktbezogene Kommunikation umfänglich kontrollieren zu können. So formuliert er klar definierte und strategisch begründete Grenzen hinsichtlich der Frage, welche Daten er kommuniziert und welche nicht. Beispielsweise lehnt er pauschale Initiativbewerbungen ab:

„Nein, das habe ich nicht getan. Würde ich grundsätzlich auch nicht tun (mh), weil ich einfach sage, Bewerbungsdaten sind sehr persönliche Daten und gerade im Internet, wo alles digital ist äh können die Daten sehr schnell kopiert, geklaut, verändert, falsch eingesetzt werden, das möchte ich grundsätzlich nicht“ (Hr. Müller).

Auch hier zeigt sich deutlich, dass Herr Müller sehr darum besorgt ist, die Reichweite von Arbeitsmarktkommunikation, die persönlich an ihn gebunden ist, jederzeit kontrollieren zu können. Herr Müller fehlt das Vertrauen in alles, was nicht durch ihn selbst kontrolliert und gegebenenfalls revidiert werden kann. Auf diese Weise wirkt auch hier der im Zusammenhang mit der Trennung vom alten Arbeitgeber emotional als sehr belastend erfahrene Bruch nach. „Bewerbungsdaten“ wie überhaupt Persönliches vertrauensvoll in fremde Hände zu geben, gilt ihm vor dem Hintergrund der gemachten Erfahrungen als riskante Praxis. Herr Müller assoziiert hier unmittelbar negative Konsequenzen und befürchtet, dass „geklaut, verändert, falsch eingesetzt“ wird. Als vertrauenswürdiger Zurechnungspunkt für die Bewältigung einer unsicheren Arbeitsmarktzukunft kommt letztlich nur das eigene Selbst in Frage.

Herr Müller ist also keineswegs per se technikaffin. Ihn reizt es wenig, die neuesten Gadgets zu testen, alle überhaupt möglichen Kommunikationskanäle zu nutzen, oder sich vom



jeweils neuesten Hype anstecken zu lassen. Vielmehr sieht er seinen Umgang mit arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen als wichtigen Teil einer nüchternen und rationalen Strategie der Beobachtung des Arbeitsmarktes. Eine bestimmte Internetanwendung ist bloßes Hilfsmittel, und entsprechend äußert er gleich zu Beginn des Interviews: „Weil viele Dinge sind einfach gleich, egal ob sie jetzt einen bunten Bildschirm haben oder auch nicht“ (Hr. Müller). Im Rahmen der Erzählungen Herrn Müllers wird diese distanzierte Haltung zum Internet noch mehrfach zum Thema. So ist er beispielsweise auch alles andere als ein euphorischer Online-Selbstvermarkter. Befragt zur Gestaltung seines Xings-Accounts argumentiert er beispielsweise, dass eine Verwendung der „Sprache, die man selber auch spricht“ durchaus einem „hochgetrabenen, hochgestochenen Stil“ vorzuziehen sei. Selbstmarketing hat diesbezüglich für ihn enge Grenzen: „Also es muss schon passen, es muss schon deckungsgleich sein“ (Hr. Müller). Die Distanz zwischen seinem Selbstbild und der präsentierten ‚Ware Arbeitskraft‘ soll möglichst minimal bleiben.

Herr Müller ist kein „digital native“. Er beginnt das Internet nur deshalb für Arbeitsmarktbelange zu nutzen, weil man es für Arbeitsmarktbelange nutzt und er nutzt es weiter, weil es ein geeignetes Instrument zur Bewältigung einer arbeitsmarktbezogen wahrgenommenen Unsicherheit sein kann. Arbeitsmarktkommunikation ist im Kontext der Internetanwendungen, die Herr Müller nutzt, an der Erwartung einer Kontrollierbarkeit der erwerbsbezogenen Zukunft ausgerichtet. Auch an diesem Punkt zeigt sich, dass die betreffenden Anwendungen gar nicht hauptsächlich als (ökonomisch effizienter) Rekrutierungskanal gesehen und genutzt werden, sondern den Gegenstand Arbeitsmarkt in einer Weise darstellen, die ihn als kontrollfähigen Weltbezug in Betracht kommen lassen. Im Zentrum steht dabei das Selbst des Nutzers/der Nutzerin. Der Arbeitsmarkt im Internet ist hier die Konstruktion eines selbstfixierten Kontrollprojektes.

Herr Müller nutzt das Internet also auch nicht primär als Unternehmer seiner eigenen Arbeitskraft. Im Zentrum seiner Erwerbsstrategie steht ein Bedürfnis nach Planung und Kontrollierbarkeit des eigenen erwerbsbezogenen Schicksals, weniger eine unternehmerische Strategie stetiger Chancenoptimierung und auch nicht ein selbstökonomisiert-kalkulierendes Inkaufnehmen marktförmiger Risiken. Wechsel sind kein durchweg positiv besetzter Orientierungspunkt, sondern eine notwendige Anpassung an einen Erwerbskontext, in welchem nur das eigene Selbst einen verlässlichen Bezugspunkt darstellt. Familiäre und andere lebensweltliche Kommunikationen haben ein mindestens ebenso großes Gewicht bei arbeitsmarktbezogenen Wechsel, ökonomische Aspekte verdichten sich hier keineswegs zu einem Leitbild. So äußert Herr Müller:

„Beruf ist eigentlich eine nebensächliche Geschichte (ja?). Ist so, ja (Ok). Er ist nicht das Wichtigste im Leben, im Leben sind andere Dinge wichtig. (...) Heute weiß ich äh es ist ein Job, man äh, man füllt eine Rolle in dem Augenblick und aber das eigentlich Wichtige im Leben sind andere Dinge“ (Hr. Müller).

An verschiedenen Punkten im Interview betont Herr Müller diese Ansicht nachdrücklich. Aus seinen Schilderungen folgt auch, dass diese Überzeugung nicht nur Rhetorik bleibt, sondern als Folie für folgenreiche Entscheidungen am Arbeitsmarkt dient. Die Konstruktion des Arbeitsmarktes als Kontrollprojekt bedeutet vor diesem Hintergrund auch, dass es trotz - und vielleicht sogar gerade durch – einer Praxis gelegentlicher Wechsel darum geht, vielfältige Gesichtspunkte in Einklang zu bringen. Keineswegs dominieren ökonomische Bezüge, die Grenze zwischen Arbeit und Leben wird von Herrn Müller entlang vielschichtiger Überlegungen und detailliert strukturierter Prozesse des Abwägens stetig kontrolliert.<sup>101</sup>

Dabei spielen die betreffenden Internetanwendungen eine entscheidende Rolle, indem sie zum einen das fragliche arbeitsmarktbezogene Wissen überhaupt in einer angemessenen Weise greifbar machen. Und andererseits legen diese Informationen auch nahe, den Arbeitsmarkt als ein solches Kontrollprojekt zu verstehen. Der Arbeitsmarkt zeigt sich nicht mehr als bedrohliche Unbekannte sondern als etwas, dass mit wenigen Klicks oder Tastatureingaben stetig beobachtet und dessen Lage und Entwicklung ohne räumliche oder sonstige Einschränkung vom eigenen Selbst aus kontrolliert werden kann. Genau in diesem Sinn nutzt Herr Müller arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen auch täglich: Es geht nicht so sehr um die unternehmerische Suche nach neuen, vielleicht riskanten Chancen, sondern darum, den Überblick zu bewahren und so die Kontrolle zu haben.

#### 5.6.8 Zusammenfassung Herr Müller

Die auf der Folie des Falls von Herrn Müller geschilderten Befunde zu einer Erwerbsorientierung, in welcher der insbesondere emotional verunsichernd erfahrene Bruch mit dem alten Muster der Bindung an einen Betrieb parallel mit der sich neu etablierenden Nutzung des Internets läuft, mündet also insgesamt in folgenden Entwicklungen:

---

<sup>101</sup> Im Rahmen seiner Praxis des kontrollierenden Beobachtens geht Herr Müller relativ weit. So beschäftigt er sich beispielsweise intensiv mit hypothetischen Szenarien bezüglich seiner Arbeitsmarktzukunft. Auf die Frage, wie lang er ohne Einkünfte aus Erwerbsarbeit auskommen könnte, antwortet Herr Müller sofort und ohne nachzudenken oder nach einer Antwort zu suchen. Er kann spontan eine verblüffend genaue Zeitangabe machen: „Also fünf Jahre auf jeden Fall, durch Zins und Zinseszins-Geschichten und so weiter sind auch sieben Jahre möglich. Zumindest der Beginn des siebten Jahres, aber dann wäre Ende“ (Hr. Müller). Die Spontanität dieser Äußerung belegt Herrn Müllers genaue Kenntnisse seiner eigenen Situation und verweist in seiner bemerkenswerten Differenziertheit darauf, dass seine Kontrollambitionen sehr weitreichend sind.

- Die Nutzung der neuen Technologie nimmt der, durch die geschilderte Krise entstandenen Situation ihre Härte. Die Kommunikation im Kontext der betreffenden Internetanwendungen kann ein *Gefühl der Sicherheit* vermitteln – und dies im Moment größter erwerbsbezogener Unsicherheit. Die aus dem Vertrauensbruch erwachsene emotionale Frustration und die massiven arbeitsmarktbezogenen Zukunftsängste lassen sich im Rahmen der Möglichkeit, „den Arbeitsmarkt“ ständig im Blick zu haben, kompensieren. Der Arbeitsmarkt erscheint in einladender Weise auf einem bunten Bildschirm als vielversprechender Möglichkeitsraum. Die neue Technologie begleitet als „emotionale Wärmeflasche“ den Aufbruch in eine ungewisse Zukunft.
- Die Konstruktion des Arbeitsmarktes im Internet ist durch *hochgradig expansive* Tendenzen gekennzeichnet. Sowohl aufgrund der großen räumlichen Reichweite als auch wegen des niedrigen zeitlichen und sozialen Aufwandes (und der damit verbundenen Tendenz, ständig zu beobachten) wird ein im Vergleich zu älteren Verbreitungsmedien potentiell gigantischer Möglichkeitsraum sichtbar. Dabei liegt das Hauptaugenmerk hier gar nicht zwingend auf zielgerichteter Jobsuche, sondern eher auf einem verstärkten Kennenlernen des Arbeitsmarktes und einer weitreichenden Konstruktion des eigenen Möglichkeitsraumes. Die Praxis verstärkter Beobachtung des Arbeitsmarktes befördert ein permanentes und umfänglich am Selbst orientiertes Bauen von Brücken in die Zukunft.
- Gegenüber anderen Medien können die arbeitsmarktbezogenen Informationen im Internet in der Form präzise auf persönliche Bedarfe zugeschnittener Mitteilungen gebracht werden (z.B. Newsletter). Mit der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen kann an einer Kommunikation partizipiert werden, die gleichzeitig hochgradig expansiv und *persönlich spezifiziert* sein kann. Auch das vermittelt Sicherheit, öffnet die Tür zu einer selbstzentrierten Weise der Konstruktion des Arbeitsmarktes und verhilft, diese durchzusetzen. Die überwiegend grafisch vermittelte kategoriale Konstitution von Arbeitsmarktkommunikation in Online-Jobbörsen lenkt auf den Modus der Beobachtung zweiter Ordnung und auf die Zurechnung aller Entwicklungen auf das eigene Selbst.
- Mit der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen ist eine Konstruktion des Arbeitsmarktes als Kontrollprojekt verbunden. Wechsel erscheinen nicht als unbedingt zu verhindernder Negativfall, sondern als beherrsch- und planbare Variante des Umgangs mit dem Arbeitsmarkt. *Der Arbeitsmarkt wird sichtbar – und so auch kontrollierbar*. Dies muss keineswegs zwingend auf die Erzeugung eines ökonomisierten Arbeitskraftunternehmers gerichtet sein, der sich konsequent am überbetrieblichen Arbeitsmarkt orientiert. Herr Müller nimmt Wechsel in Kauf und bezieht sich an den Möglichkeiten des überbetrieblichen Arbeitsmarktes, weil er den Verheißungen langfristiger Bindungen an einen Betrieb nicht mehr umstandslos traut, ist dabei aber keineswegs festgelegt, sich nie wieder für längere Zeit an einen Betrieb zu binden. Zurechnungspunkt für das Arbeitsmarktschicksal sind weder betriebliche Organisationen noch überbetriebliche Märkte sondern das eigene Selbst.

Insofern bestätigen sich ein Großteil der oben formulierten Thesen zur Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen mit diesen Befunden. Online-Jobbörsen und Co haben im Fall dieser Erwerbsorientierung die Ablösung von einer betriebszentrierten Form verstärkt

und einen Schub in Richtung Vermarktlichung und Selbstzentrierung ausgelöst, ohne dabei eine Ökonomisierung zu befördern.

## **5.7 Karrierenetzwerk und ökonomisierte Anrufungen. Der Fall Schmidt**

Der folgende Fall unterscheidet sich an einem grundsätzlichen Punkt vom Fall des Herrn Müller. Die folgenden Beobachtungen werden eine Erwerbsorientierung zutage fördern, die deutliche Züge einer Ausrichtung an ökonomischer Kommunikation trägt. Herr Schmidt ist in einem Projektarbeitsmarkt für Freelancer engagiert, in welchem Marktteilnehmer auch traditionell im Hinblick auf möglichst hohe Effizienz und möglichst großen monetären Vorteil adressiert werden. Das Internet kommt, wie zu zeigen sein wird, auch hier als Selektionsfilter ins Spiel, der in Richtung Vermarktlichung und Selbstzentrierung wirkt, dabei aber den charakteristischen Zug der darin eingelassenen, ökonomisch fokussierten Erwerbsorientierungen noch einmal zusätzlich befördert. Allerdings handelt es sich bei der von Herrn Schmidt genutzten arbeitsmarktbezogenen Internetanwendung um eine spezifisch auf die Anforderungen dieses Projektarbeitsmarktes hin entwickelte Plattform. Um hier Zusammenhänge adäquat in den Blick nehmen zu können, wird im Folgenden zunächst eine detailliertere Analyse dieser Internetplattform namens GULP vorgenommen.

### **5.7.1 Exkurs: Das Karrierenetzwerk GULP**

Auf GULP geht es darum, dass einerseits IT-Freiberufler wie Herr Schmidt Aufträge akquirieren und andererseits Firmen nach freiberuflichen IT-Mitarbeitern suchen. Die vermittelten Kontakte münden hauptsächlich in kurz- bis mittelfristiger Projektarbeit und sind formal als „abhängige Selbstständigkeit“ einzuordnen<sup>102</sup>. Nach eigener Auskunft ist GULP am Markt fest etabliert, über 90 Prozent der IT-Freiberufler verfüge über einen Account<sup>103</sup>. GULP platziert sich damit offenbar erfolgreich in einem fachlich hoch spezialisierten, räumlich sehr weiten, zeitlich aber überwiegend durch kurze Dauern gekennzeichneten Arbeitsmarktsegment.

---

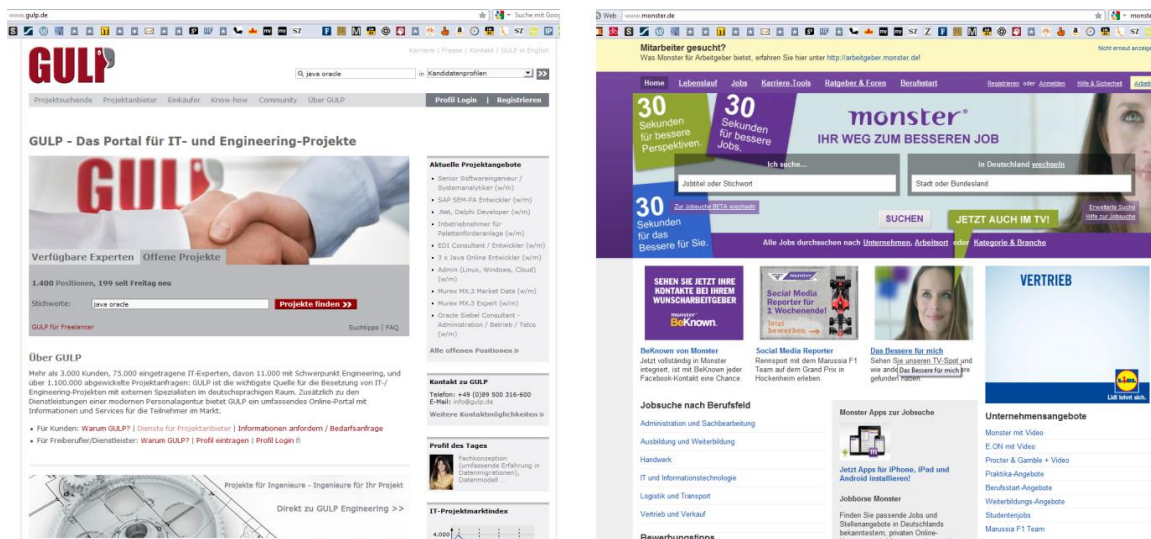
<sup>102</sup> Diese Beschäftigungsverhältnisse decken sich damit formal nicht mit der Mehrheit der Beschäftigungsverhältnisse am deutschen Arbeitsmarkt. Aber auch im Falle „abhängiger Selbstständigkeit“ handelt es sich um eine Form lohnabhängiger Beschäftigung (vgl. Pernicka et al. 2005). Für die hier verhandelten Fragen ist die Übereinstimmung in diesem Merkmal ausreichend.

<sup>103</sup> So heißt es auf der Website von GULP in der Rubrik „Über GULP“: „Mehr als 3.000 Kunden, 75.000 eingetragene IT-Experten, davon 11.000 mit Schwerpunkt Engineering und über 1.100.000 abgewickelte Projektanfragen: GULP ist die wichtigste Quelle für die Besetzung von IT-/Engineering-Projekten mit externen Spezialisten im deutschsprachigen Raum. Zusätzlich zu den Dienstleistungen einer modernen Personalagentur bietet GULP ein umfassendes Online-Portal mit Informationen und Services für die Teilnehmer im Markt“ (GULP 2012a).

Aufgrund der spezifischen Merkmale der nachgefragten Tätigkeiten wäre dieses Segment sicherlich auch ohne Internet durch flexible Allokationsformen, diskontinuierliche Erwerbsbiografien und subjektivisierte Praxisformen gekennzeichnet.

Zentral für die Frage nach den Eigenarten des Internetarbeitsmarktes GULP ist der zunächst trivial anmutende Hinweis auf die bildschirmzentrierte und algorithmisch generierte Visualität dieser Praxis. Schon an diesem Punkt zeigen sich Auffälligkeiten. GULP kultiviert schon auf der Homepage ein Erscheinungsbild, dass im Gegensatz zu anderen Online-Jobbörsen weniger bunt antritt und eher textlastig ist und sich um eine sachlich-technische Atmosphäre mit Business-Attitüde bemüht.

Abbildung 10: Homepages von GULP und Monster im Vergleich



Quelle: www.gulp.de, www.monster.de.

Abbildungen von Personen spielen im Gegensatz zur überwiegenden Zahl der Homepages von Internetjobbörsen auf GULP eine sehr untergeordnete Rolle. Das ‚sympathische GULP-Gesicht‘ gibt es nicht. Als bildhafter Identifikationsanker<sup>104</sup> wird stattdessen das kaufmännische Traditionen adressierende Symbol des ‚shake-hands‘ und eine Abbildung einer technischen Zeichnung präsentiert. Dieses Design visualisiert die Präferenz für einen funktionalen, sachorientierten Habitus und steht damit auch für eine Positionierung in einem technologiegeneigten, ingenieursaffinen Milieu. Unterstützt wird diese visuelle Distinktionsstrategie mit

<sup>104</sup> Medienphänomenologisch kommen Bildern im Vergleich zu anderen Medien besondere Eigenschaften zu. Anders als mündliche oder schriftliche Sprache sind Fotografien, Grafiken, Kurven, Diagramme kaum negationsfähig. Man kann schlecht nein sagen zu einer bildlichen Darstellung (vgl. Baecker 2005: 186ff.). In der Folge naturalisieren Bilder das jeweils Dargestellte mit Nachdruck – z.B. die von GULP auf diese Weise kommunizierte Marktkultur.

einem vergleichsweise hohen Textanteil. Das – im Vergleich zu anderen Websites dieses Genres – auffällige Weglassen eines ‚Gesichtes‘ oder anderer grafischer Gadgets suggeriert explizit einen hohen Wert von ‚Sachinformationen‘ – und implizit ein Misstrauen gegenüber außersachlicher Attraktivität. Zusammen mit anderen Details der Darstellung werden hier also nicht nur Informationen transportiert, sondern auch Werte vermittelt. Gerade mit Blick auf die grafische Gestaltung des in die Website integrierten Forums erhärtet sich dieser Eindruck noch einmal. Die visuelle Umsetzung des rege genutzten Forums der GULP-Mitglieder ist bei höchster Funktionalität fast völlig frei von grafischen Elementen. Damit wird einerseits noch einmal die hohe Wertschätzung gegenüber einer fast minimalistisch präsentierten Sachlichkeit und andererseits ein distinktivierendes Image authentischer IT-Professionalität vermittelt.

Schon mit diesen knappen Ausführungen zur visuellen Erscheinung der arbeitsmarktbezogenen Internetanwendung GULP lässt sich an die oben skizzierte Beobachtung Knorr-Cetinas (2012) anschließen, nach welcher Märkte im Internet nicht einfach eine irgendwie schon vorhandene Markt-Wirklichkeit technisch duplizieren, spiegeln oder wiedergeben. So ist GULP auch nicht bloß eine kostengünstigere Variante des Transports ohnehin vorliegender Informationen. GULP erschöpft sich nicht in der Steigerung von Markttransparenz und ist nicht einfach Mittel zur Lösung des Informationsproblems. Vielmehr erzeugt diese Interanwendung über die spezifische, strategisch designte Kompositionen aus bildhaften Darstellungen, grafischen Elementen, Text und bestimmten Funktionalitäten gerade erst eine eigene Wirklichkeit. GULP unterstützt nicht einfach nur Allokationsprozesse, sondern verarbeitet, katalysiert und erzeugt ein eigenes kulturelles Biotop. Denn neben Informationen zu Angebot und Nachfrage und zusätzlich zum intendierten Ausweis hoher Professionalität und Seriosität des Angebots werden gerade auch die kulturellen Koordinaten dieser Marktwirklichkeit produziert.

Die Möglichkeiten der aktiven Betätigung auf GULP setzen die auf passive Rezeption zielenden Formen in ästhetisch gleicher Weise aber auf einem gesteigerten Niveau hinsichtlich der Intensität der Anrufungen fort. Herzstück der Website GULP sind zwei ständig aktualisierte Datenbanken, in denen ‚Projektsuchende‘ und ‚Projektanbieter‘ erfasst werden. Grundsätzlich unterscheidet sich GULP damit nicht von den vielen anderen Jobbörsen, sonstigen Börsen, Social-Network-Sites etc. Das gilt auch für die Form der Erstellung eines individuellen Zugangs als Projektsuchender und damit für die Art und Weise, wie die Datenbanken mit Material gefüllt werden. Zentral sind hier das Einrichten und die Pflege eines Profils, das neben Stammdaten aus vielfältigen vermittlungsrelevanten, marktförmigen Kategorien aufgebaut ist. Dabei scheint diese Pflege im Gegensatz zur Praxis auf der Seite Monster nicht ganz einfach. Das Kategoriensystem ist wesentlich weiter verzweigt. Umfangreiche Tutorials wei-

sen hier ein, formulieren Optimierungsstrategien und legen beispielsweise besonders nahe, die Anforderungen der in der Website implementierten Suchmaschine zu beachten. Diese und andere Hinweise für die „erfolgreiche Selbstvermarktung“ auf GULP firmieren unter imperativen Überschriften wie „Wer gefunden wird, gewinnt“ und „Der Markt und Sie“. Der über die Operationen der Suchmaschine und andere Algorithmen erzeugte Markt wird über diese Imperative und über die kategorial auf Selbstvermarktung zielenden Möglichkeiten des Zugriffs auf die GULP-Funktionalität zur Grundlage einer marktförmigen konstituierten Praxis.

Rhetorisch und ästhetisch ganz auf dieser Linie finden sich viele weitere, auf ein Markt-selbst justierte Anrufungen. Alle ventilieren eine Semantik, die konsequent zwischen den Koordinaten Selbst und Markt aufgespannt ist. Auch hier kann man an Reicherts Untersuchungen zum digitalen Profiling anschließen (vgl. Reichert 2008). Die alltägliche Handhabung von digitalen Profilen mündet qua ihrer kategorialen Festlegungen und imperativen Tutorials unweigerlich in der Zumutung, das eigene Selbst mitsamt der eigenen Erwerbshistorie am algorithmisch (Suchmaschine) erzeugten Markt auszurichten. In dieser Hinsicht kommuniziert GULP nicht nur Festlegungen auf eine funktional-sachliche, technologieaffine und distinktionsbewusste Marktkultur. Zur Konstitution dieser arbeitsmarktbezogenen Internetanwendung zählt auch die ungebrochen positiven Konnotation marktförmiger Selbst- und Weltverhältnisse, die das Subjekt „IT-Berufler“ umfänglich als Macher der eigenen erwerbsbiografischen Geschicke einsetzt.

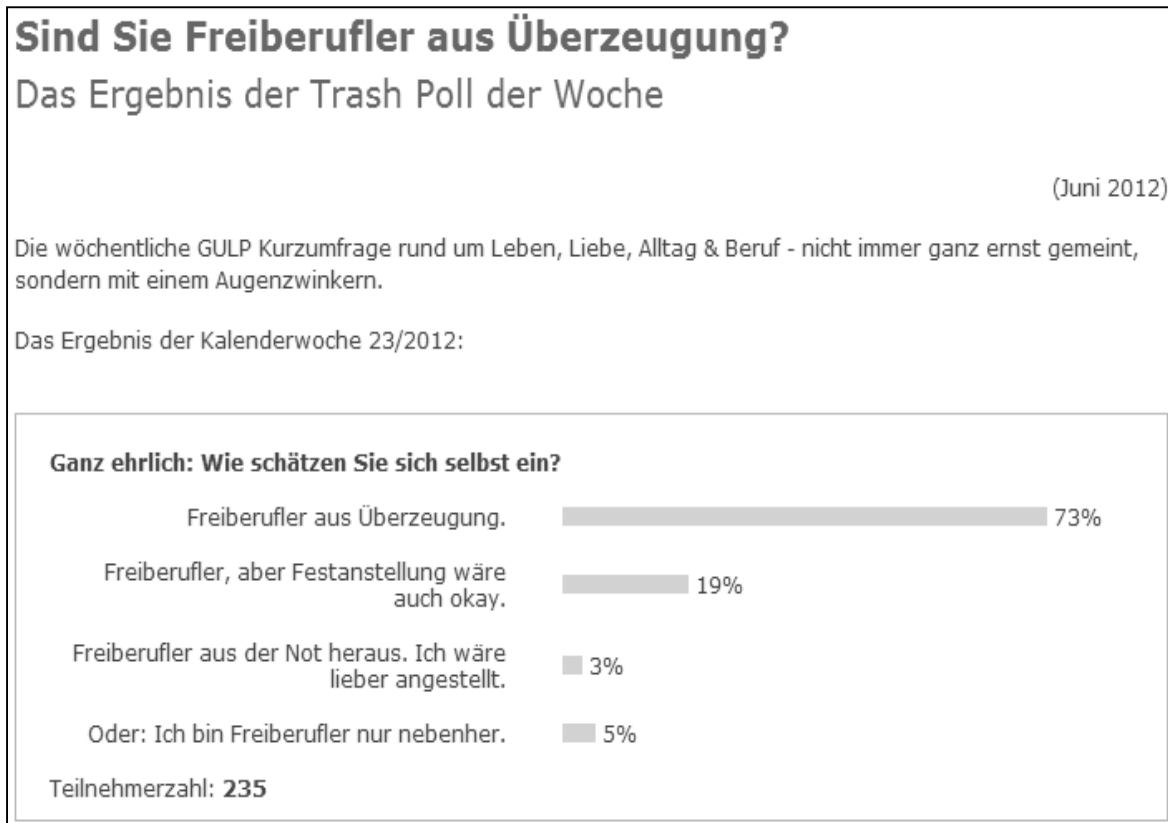
Was bedeutet dies für erwerbsbiografische Diskontinuität und darauf festgelegte Erwerbsorientierungen? Betrachtet man die Profile der meisten „Projektsuchenden“, fällt hier zunächst ein Punkt sehr deutlich ins Auge. So zeichnen sich die überwiegende Anzahl der versammelten Profile in der Kategorie „Projekte“ durch eine überaus beeindruckend hohe Anzahl erwerbsbiografischer Stationen mit vielen extrem kurzfristigen Bindungen aus (1-3 Monate) aus (vgl. GULP 2012b). Mit dem Überblick über die Profile der Mitbewerber wird damit auch eine positiv besetzte Norm des Vielwechsels – ausgeprägter Diskontinuität also – kommuniziert. Zugespitzt gilt: Nicht nur „wer gefunden wird, gewinnt“, sondern auch: „wer viel wechselt, zeitlich und räumlich hochflexibel und ohne erkennbare Bindungsabsichten agiert“, kann auf Erfolge hoffen. Schon an dieser Stelle ist deutlich erkennbar, dass das hier adressierte Selbst einer Semantik des profitablen Einsatzes von Humankapital folgt. Die Anrufungen von Erwerbspersonen tragen erkennbar Züge einer ökonomischen Akteursfiktion und gehen in diesem Sinne über das, was oben als Selbstzentrierung bezeichnet wurde, hinaus. Das ideale Selbst der GULP-Welt nutzt die angebotenen Gad-

gets, um auf der Basis von Risikokalkulationen Engagements auf einem flexiblen Projektarbeitsmarkt im Sinne des eigenen Humankapitals gewinnbringend einzusetzen. Gewinn ist hier keine Metapher, sondern meint explizit monetäre Gewinne.

GULP verschafft dieser Norm zusätzlich Geltung, indem an verschiedenen Stellen explizit der hohe Wert einer solchen Erwerbsorientierung ventiliert wird. So veranstaltet die Website GULP beispielsweise Umfragen unter den aktiven Mitgliedern, die genau dieses Thema aufrufen (Abbildung 11). ‚Augenzwinkernd‘ als ‚Trashpoll‘ gelabelt wird dokumentiert, in welchem Umfeld man sich bewegt und welche Einstellungsmuster bei den Mitbewerbern opportun sind. Freiberuflichkeit und Gewinnorientierung wird als positiver Wert installiert und eine kritische Haltung („aus der Not heraus“) wird diffamiert. Damit ist auch gesagt, dass die damit verbundene affirmative Einstellung zu Diskontinuität eine Voraussetzung ist, um erfolgreich am Markt zu partizipieren.



Abbildung 11: Ausschnitt Trashpoll Einstellung zur Existenzform Freiberufler



Quelle: [www.gulp.de](http://www.gulp.de).

Marktaffine Verhaltensweisen, ökonomisierte Selbstbezüge und überbetrieblich ausgerichtete Strategien sind dabei sicher übliche Merkmale von Erwerbsorientierungen in solchen Projektarbeitsmärkten. Freiberufler im IT-Bereich werden auch ohne „Trashpoll“ die entsprechenden Überzeugungen vertreten. Der Punkt, auf den es hier ankommt, ist aber, dass die Kommunikation dieser Überzeugungen auf Plattformen wie GULP den entsprechenden Selbst- und Weltverhältnissen in einer gesteigerten Weise den Anstrich von Glaubwürdigkeit verleiht. Die Form der Präsentation als Grafik, die Etikettierung als methodisch abgesicherte Erhebung sowie die Suggestion von Genauigkeit und Nichtmanipulierbarkeit verschaffen dieser Darstellung zusammen mit dem Umstand, dass sie im per se progressiven Internet kommuniziert werden, per se einen besonderen Glanz. Die Art der Online-Darstellungen der fraglichen Inhalte – die Suggestivität grafischer Aufbereitung, ihre Präsentation als gesicherte Fakten, die Aura des statistischen Beweises etc. – verleihen den kommunizierten Inhalten hohe Plausibilität, naturalisieren sie und verstärken nicht zuletzt die normativen Implikationen und die Intensität der profitorientierten Anrufungen. Der Wertehorizont, die Erwerbsorientierung und der praktische Sinn des IT-Freiberuflers werden hier also nicht im Sinne einer anfänglichen

Schöpfung neu erzeugt, sondern nachhaltig plausibilisiert und als die richtige Weise des Umgangs mit dem Arbeitsmarkt konfirmiert.

Diese vergleichsweise moderate Form marktförmiger Anrufung im Rahmen von „Trashpolls“ und Co befindet sich dabei in Gesellschaft vielfältiger weiterer Feedback-Instrumente. Diese bilden insgesamt einen Schwerpunkt der Kommunikation auf GULP. So lassen sich jederzeit hochaktuelle, äußerst umfangreiche und individuell zugeschnittene Charts zur Nachfrage nach Qualifikationen erstellen. Auf Basis der in der Datenbank verfügbaren Informationen sind jederzeit als Linien- und Balkendiagramme dargestellte Berechnungen über die Marktgängigkeit der eigenen und der jeweils interessierenden Qualifikationen möglich. So lässt sich etwa das Interesse von „Projektanbietern“ an einer bestimmten Programmiersprache, die Kenntnis verschiedener Betriebssysteme, der Durchschnittslohn für bestimmte Leistungen oder die regionale Ausprägung der Nachfrage nach bestimmten „Skills“ (GULP-Terminus für Qualifikation) betrachten. Der Markt begegnet dem/der AnwenderIn hier nicht nur als Chancenfeld, sondern als Umwelt, in der Kommunikation tendenziell in Richtung der Verwirklichung Profitabilität und ökonomischer Effizienz angelegt ist. Dabei ist hier nicht zuletzt wieder auf die Ästhetik dieser grafischen Präsentation hinzuweisen. Die Darstellung des Wertes von Qualifikationen als Kurve in einem Diagramm erinnert nicht nur an die Kommunikation von Börsen, in denen Finanzprodukte gehandelt werden – sie ist komplett aus diesem Holz geschnitzt. GULP-User können in Echtzeit und hochaufgelöst den Schwankungen des Wertes ihres eigenen ‚Humankapital-Portfolios‘ folgen und auf der Folie von Risikoabwägungen Investitionen ins eigene Humankapital unternehmen.

Diese Form des Feedbacks – diese Form der Beobachtung zweiter Ordnung - ist ohne Computer und das Medium Internet nicht denkbar. An der Ästhetik der Notation von Börsenkursen geschult, lässt dieses Feedbackinstrument bewerten, ob das eigene Humankapitalportfolio zur Marktentwicklung passt, was nichts anderes heißt, als das adressierte Selbst in beschleunigter und räumlich expandierter Form der profitorientierten Beobachtung von unternehmerischen Beobachtern ausgesetzt ist. So wird ein Selbstverhältnis angebahnt, welches das betroffene Selbst als gesteigert marktförmig *und* als unternehmerischen Verwalter des eigenen „Humankapital-Aktienportfolios“ anruft. „Skills“ sind hier keine Bildungsinhalte oder Persönlichkeitsmerkmale, sondern Investitionen im Rahmen einer auf Profitabilität fokussierten Erwerbsorientierung. Mit diesem Feedback-Instrument verbunden sind also auch Imperative eines unternehmerischen Umgangs mit dem eigenen Selbst – am Markt orientiert gilt es, auf der Basis des, auf diese Weise bereitgestellten effizienzorientierten Wissens sich selbst strategisch zu manipulieren.

Dieses prospektive Feedback wird um ein weiteres, retrospektiv ausgerichtetes ergänzt. So haben sowohl „Projektanbieter“ als auch „Projektsuchende“ die Möglichkeit, sich wechselseitig zu bewerten. Bewertungen des Beschäftigers können unter der Bezeichnung „Referenzen“ in ein Profil eingefügt werden und auch Beschäftigte können ein realisiertes Projekt evaluieren. Spätestens hier wird Beobachtung zweiter Ordnung von der Ausnahme zur Regel. Dabei sorgt schon der in den zitierten Tutorials vermerkte Hinweis auf die angeblich zentrale Rolle solcher „Referenzen“ für „Projektanbieter“ für einen entsprechenden Druck. Arbeitsmarktrelevant wird so auch die kommunikative Phrasierung des Einsatzes und der Leistungsbereitschaft in den vergangenen Beschäftigungsverhältnissen.<sup>105</sup> Aus dieser Perspektive wird dann auch ein von institutionenökonomischer Seite thematisierter Nachteil flexibler Arbeitsmärkte kompensierbar. Wie in internen Märkten spielt nun gut sichtbare Leistungsbereitschaft eine wichtige Rolle für die Lösung des Bezugsproblems langfristig sicheres Einkommen (vgl. Köhler/Krause 2010) – hier in der Form von Beschäftigungssicherheit über positive Evaluation und verstetigte Bewährung. Damit kann man dieses Instrument auch als eine Verschiebung vom personalpolitischen Modus der Prüfung in den der verstetigten Bewährung (vgl. Boes/Pfeiffer 2005) in profitorientierten Verhältnissen betrachtet werden. So ließe sich vermuten, dass gerade im Zeitverlauf kumulative Effekte der einzelnen „Referenzen“ auftreten – gute Evaluationen führen zu besseren etc. Trifft dies zu, dann handelt es sich hier also um eine medial basierte Form eines rekursiven Feedbacks, das als weiteres zentrales Moment einer subjektivierenden und synthetischen Praxis verstanden werden kann.

In historisch neuer Form gelingt hier nicht zuletzt aufgrund der Darstellungsform eine Suggestion der Bewertbarkeit und Kontrollierbarkeit von Trends und in dieser Weise auch eine Form der Erzeugung „synthetischer Praxis“ im Sinne der Argumentation von Knorr-Cetina (2012). Die Oberfläche wird entscheidend, das Interface formt die Kommunikation und die in ihr eingelassenen Formen subjektivierender Anrufungen. Nicht mehr das betriebliche Gegenüber oder eine andere soziale Institution sind Bezugspunkt, sondern das im Rahmen synthetischer Praxis begegnende Selbst. In dieser Hinsicht ist das historisch Neue an der Kommunikation auf GULP, dass die Ökonomisierung von Selbstverhältnissen, die Kommunikation des eigenen Selbst als Humankapitalträger, hier nicht nur eine wirtschaftswissenschaftliche Reflexion, ein pädagogisches Projekt oder eine politische Forderung, sondern unmittelbar und

---

<sup>105</sup> „Referenzen“ sind nur bedingt mit dem klassischen Arbeitszeugnis vergleichbar. Erstens werden auch „Referenzen“ gemäß GULP-Standards erhoben und folgen den hier vorgegeben Kategorien, die erst den referenzgesteuerten Marktprozess erzeugen, den sie vorderhand nur wiederzugeben meinen. Zweitens sorgt die synoptische Visualisierung für eine zentralere Position im Rekrutierungsprozess. Drittens werden große Mengen an Informationen, die angesichts der hohen Wechselfrequenz anfallen, durch die Möglichkeiten digitaler Auswertung von „Referenzen“ erst rezipierbar.

ohne adressierbares Gegenüber in den Alltag von Erwerbspersonen eingelassen ist. Kurz: GULP forciert ökonomisierte marktförmige Erwerbsorientierungen.

Insgesamt lässt diese Skizze der Anrufungen, semantischen Muster und visuellen Ästhetik den Schluss zu, dass ganz im Sinne der vorgetragenen mediensoziologischen Ansätze der Internetabeitsmarkt GULP nicht einfach nur eine ohnehin vorhandene Arena des Handels mit einer bestimmten ‚Ware Arbeitskraft‘ illustriert. Vielmehr verstärkt GULP bestimmte Aspekte der Kommunikation in solch einem Projektarbeitsmarkt und erzeugt so erst diesen Markt mit seinem spezifischen Charakter. Auf diese Weise etabliert sich eine für das Medium Internetplattform spezifische synthetische Praxis aus funktional-technikaffiner Kultur, marktförmigen Selbst- und Weltverhältnissen, subjektivierenden Anrufungen, normativer Aufwertung von Diskontinuität – und dies alles verstärkt durch vielfältige Feedback-Instrumente. Diese Beobachtungen machen deutlich, dass Märkte und die auf sie bezogenen Erwerbsorientierungen nicht einfach medial repräsentiert werden, sondern medial selektierte Formen von Kommunikation darstellen.

#### 5.7.2 Zwischen Marktförmigkeit und Ökonomisierung. Die Erwerbsbiografie Herrn Schmidts

Im Folgenden wird es darum gehen zu zeigen, wie sich Erwerbsorientierungen in diesem Kontext bilden und stabilisieren und in welcher Weise die beobachteten subjektiven Anrufungen und Arbeitsmarktkonstruktion in einem solchen Rahmen aufgenommen werden. Dazu sollen verschiedene Befunde aus dem Interview mit dem IT-Freiberufler Herrn Schmidt skizziert werden. Herr Schmidt blickt auf eine lange, ausgeprägt diskontinuierliche Erwerbskarriere zurück. Nach einem Mathematik-Studium in den späten 1960er Jahren arbeitete er schon vor der Systemtransformation 1989/90 in unterschiedlichen ostdeutschen Betrieben. Hauptsächlich befasste er sich als „Problemanalytiker“ mit der „Softwareerstellung für Produktionssteuerungssysteme“. Auch nach 1990 ist Diskontinuität vorderstes Kennzeichen seiner Erwerbskarriere. Unterbrochen von wenigen Phasen der Arbeitslosigkeit oder Kurzarbeit ist Herr Schmidt bundesweit als IT-Freiberufler bei den verschiedensten Arbeitgebern tätig, immer jedoch im Bereich Software. Hier übt er verschiedene, teils hoch spezialisierte Tätigkeiten mit hohen qualifikatorischen Voraussetzungen aus und agiert dabei formal immer als extern rekrutierter Programmierer.

Schon bezüglich des rhetorischen Stils lassen die Erzählungen des Herrn Schmidt Rückschlüsse auf selbstbezogene, marktorientierte und zum Teil auch unternehmerische Überzeu-

gungen und Einstellungen zu. Seine Existenz als IT-Freiberufler mit stark ausgeprägten Diskontinuitätserfahrungen schildert er an kaum einer Stelle als leidvolle Erfahrung, als Zwang oder Notwendigkeit. Fast immer scheint alles mindestens zu einem Mindestmaß kontrollierbar und oft auch ein freudig gesuchter Weg aus ‚Herausforderungen‘ gewesen zu sein. Über weite Passagen spricht Herr Schmidt konsequent in der Aktivform, die meisten Formulierungen stellen das tätige „Ich“ in den Vordergrund. Auch im Falle krisenhafter Verschiebungen von Anforderungen und Kontextbedingungen ist dies der Fall, z.B.: „Ich bin damals von 91 bis Anfang 93 auch in vielen Firmen gewesen, wegen Anpassung“ (Hr. Schmidt). Die ausgeprägten ostdeutschen Arbeitsmarktrisiken nach 1990 scheinen Herrn Schmidt seinen Erzählungen zufolge kaum berührt zu haben. Ähnlich erzählt er auch zum Thema seiner einzigen längeren Erwerbslosigkeitsphase, die er im Jahr 2003/04 erlebte. Auch mit Bezug auf eine Arbeitslosigkeitsphase formuliert der Interviewpartner seine Geschichte als die eines starken Selbst: „(...) ich war ein ganzes Jahr eigentlich zuhause (...)“ (Hr. Schmidt). In dieser und vielen anderen Passagen des Interviews suggeriert Herr Schmidt, dass er die Kontrolle über seinen Erwerbsverlauf in der Hand hatte. Entscheidende Instanz ist sein Selbst - und weniger die ökonomische Situation eines Betriebes, die Entwicklung eines Teilarbeitsmarktes, eine politische Situation oder ähnliches.

Das eigene „Ich“ in einer gesteigerten Form als Epizentrum des Erwerbsverlaufes und des Arbeitsmarktschicksals zu setzen, ist freilich nicht ohne weiteres als Konsequenz aus der Nutzung von arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen zu interpretieren. Im Kontext einer Existenz als IT-Freiberufler ist eine selbstzentrierte Auffassung und Interpretation der arbeitsmarktbezogenen Möglichkeiten sicherlich nicht ungewöhnlich. Dennoch zeigen sich an den verschiedensten Stellen im Interview enge Zusammenhänge. Großen Raum nehmen hier Schilderungen zum Thema arbeitsmarktbezogenes Informationsverhalten ein und dabei kommt der Interviewpartner schnell und in der Regel ohne Umwege auf das Internet zu sprechen.

Gefragt nach dem Motiv, ein Profil etwa auf GULP mit entsprechenden Daten einzurichten und zu pflegen, äußert der Interviewpartner: „(...) die Informationen zur Erwerbsbiografie, zu Qualifikationen, müssen ja auf jeden Fall zugänglich sein, damit jetzt einer überhaupt erst auf die Idee kommt, den könnte ich gebrauchen für sowas“ (Hr. Schmidt). Drei Punkte sind an dieser Stelle zunächst wichtig: Erstens ist zielführendes Agieren im fraglichen Arbeitsmarktsegment offensichtlich an eine reflektierte und strategisch intendierte Darstellung des eigenen Selbst gebunden. Zweitens scheint der probate Weg einer solchen Darstellung eben ein Profil in den entsprechenden Internetangeboten zu sein. Arbeitsmarktkommunikation in diesem Ar-

beitsmarktsegment erfolgt zumindest nicht unwesentlich über die entsprechenden Internetportale. Damit ist auch festgelegt, im Rahmen welcher Kategorien dieses aufgewertete Selbst kommuniziert und für andere wie für den Nutzer selbst erfahrbar wird. So sind es die diskursiven Muster einer mindestens marktaffin und aber auch unternehmerisch subjektivierenden Kommunikation auf GULP, die über diesen Weg ein Einfallstor finden. Drittens scheint ein reges Informationsverhalten ein prominentes Merkmal im Arbeitsmarktsegment von IT-Freiberuflern zu sein. In einem ersten Schritt soll dieser Punkt eingehender beleuchtet werden. Deutlich erkennbar ist, dass Herr Schmidt sein arbeitsmarktbezogenes Informationsverhalten auf zwei verbreitungsmediale Wege konzentriert: Zum einen geht es immer wieder um die Relevanz persönlicher Kontakte zu (Ex-)Kollegen, zum anderen sind es verschiedene arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen, die hier eine große Rolle spielen. Herr Schmidt nutzt beide Wege intensiv, aber mit jeweils verschiedenen Erwartungen. Auf die Frage nach Schwierigkeiten bei der Stellensuche antwortet er:

„Äh, nein, das ist eigentlich nicht schwierig, Äh finde ich. Man beschränkt sich auf eine bestimmte Anzahl von Portalen. Das sind drei oder vier. In Xing übrigens werden auch häufig Angebote eingestellt (hm) und ich habe auch häufig Benachrichtigungen zu Aufträgen gefunden. Aber wenn man das genau überlegt äh, was habe ich eigentlich über so ein Portal bekommen, wo ich mich selbst gekümmert habe, und was über direkte Verbindungen, über Kollegen, sind es eigentlich meistens ehemalige Kollegen oder Direktverbindungen (hm), die einen Auftrag auslösen“ (Hr. Schmidt).

Diese Einschätzung überrascht, denn es ließe sich fragen, warum Herr Schmidt die angesprochenen Portale nutzt, wenn sie als Suchkanal so ineffizient zu sein scheinen? Hier stellt sich am Beispiel der Äußerungen des Herrn Schmidt die gleiche Frage, die oben mehrfach diskutiert wurde. Sowohl die zitierte IAB-Studie (vgl. Dietz et al. 2011) als auch der quantitative Überblick über das Informationsverhalten im vorliegenden Sample ließ einen markanten Unterschied zwischen der Nutzung des Internets als Medium für allgemeine Arbeitsmarktkommunikation und als tatsächlicher Rekrutierungskanal sichtbar werden. Auch Herr Schmidt nutzt das Internet äußerst intensiv für Arbeitsmarktbelange und das im vollen Wissen um die mangelhafte Effizienz als direkter Rekrutierungskanal. Dass der Interviewpartner trotzdem ein ‚heavy-user‘ ist, wird an vielen Stellen im Interview deutlich. So erzählt er ohne explizite Nachfrage zum Thema Internet: „Äh das ist zur Gewohnheit geworden. Ich guck eigentlich bestimmt einmal am Tag nach, wie es so im Moment aussieht. Gut, nicht in vielen Portalen, nur in zwei oder dreien (...)“ (Hr. Schmidt).

Offenbar kommt dem Internet eine Bedeutung jenseits einer bloßen Vermittlungsfunktion zu und die Vermutung lautet wie schon mehrfach angesprochen, dass diese darin besteht, eine vielfältig wirkende Arena der Vermittlung marktförmiger und selbstzentrierter Weltbilder zu sein. Wichtigste Plattform ist für Herrn Schmidt dabei GULP. Insgesamt zeigt sich hier ein markanter Befund: Der überwiegende Teil der Erzählungen zu gesteigerter Selbstverantwortlichkeit und darauf aufbauenden marktförmigen Strategien wird von legitimierenden Narrativen arrondiert, die implizit oder explizit auf Erfahrungen und den Umgang mit Internetportalen verweisen. GULP und Co (Xing u.a.) funktionieren als Verstärker und als Erzeuger der subjektivierten Strategien des Interviewpartners.

Diese Beobachtungen lassen sich anhand verschiedener Erzählungen des Interviewpartners illustrieren. Grundsätzlich kennzeichnen die Erwerbsorientierung des Herrn Schmidt folgende Merkmale: Schicksalsschläge und Erfolge am Arbeitsmarkt rechnet Herr Schmidt umfänglich sich selbst zu. Eigenverantwortlichkeit ist sein Leitmotiv, der strategische Bezug auf kontrollierbare Projekte seine handlungsleitende Vorstellung. Großen Wert legt Herr Schmidt auf persönliche Unabhängigkeit und einen weiten Spielraum, um frei arbeitsmarktrelevante Entscheidungen zu treffen. So äußert er zu seiner Motivation, beispielsweise GULP zu nutzen: „Ja, dass man einfach weiß, man ist noch auf der Höhe des Geschehens“, und wenig später: „Information ist sicherlich auch eine gewisse Form von Freiheit (hm), klar, und Unabhängigkeit (hm)“ (Hr. Schmidt). Der Link zwischen einer eigenverantwortlichen, auf Selbstkontrolle setzenden Erwerbsstrategie und arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen zeigt sich hier prägnant: Der notwendige Spielraum (Freiheit und Unabhängigkeit) für selbstorientierte Engagements ist aus Sicht des Interviewpartners Ergebnis der Adressierung von Kommunikation arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen.

Wie groß derzeit die Bedeutung der aktuell genutzten Internetanwendungen für Arbeitsmarktkommunikation ist, zeigt sich an einem Detail. Herr Schmidt spricht ausführlich über seinen Erwerbsverlauf, unter anderem auch über eine wechselintensive Phase in den Jahren 1995/96. Dabei geht er auch kurz darauf ein, dass Internetportale ihm geholfen hätten, neue Jobs zu finden. Offensichtlich kann dies aber gar nicht der Fall gewesen sein, da die betreffenden Portale zu diesem Zeitpunkt noch gar nicht existierten. Wenig später korrigiert er sich und spricht über persönliche Kontakte, die ihn damals tatsächlich bei der Akquise von Aufträgen unterstützten. Diese Verwechslung ist insofern aufschlussreich, als dass sie demonstriert, wie sehr er das Arbeitsmarktsegment, in dem er sich bewegt, zum Zeitpunkt des Interviews mit der Arbeitsmarktkommunikation über GULP und anderen Online-Netzwerken

identifiziert. So scheint es für ihn nur noch schwer vorstellbar, jenseits von Internetportalen am Arbeitsmarkt engagiert zu sein.

Sichtbar wird hier erstens: Die genutzten Portale sind nicht nur ein technisches Vehikel, um effizienzorientiert und (transaktions-)kostenbewusst Informationen zwischen Marktakteuren auszutauschen. Die Kommunikation in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen produziert erst einen Teilarbeitsmarkt mit diesen Eigenschaften. Hier wird nicht ein ohnehin vorhandener, bis dato aber bloß versteckter und daher irgendwie intransparenter Markt abgebildet, sondern erst ein Markt mit den auf ihn bezogenen Erwerbsorientierungen produziert. Mit Blick auf den Fall von Herrn Schmidt bewährt sich also an dieser Stelle die oben verhandelte mediensoziologische These des wirklichkeitsstiftenden und Kommunikation selektiv lenkenden Einflusses von Verbreitungsmedien. Freiheit und Unabhängigkeit – sowie korrespondierend Eigenverantwortlichkeit, Selbstkontrolle und Marktkompetenz – sind demnach zweitens nicht nur Größen, die für mehr Markttransparenz stehen, sondern konstitutive Merkmale der selbstzentrierten und marktförmigen Erwerbsorientierung von IT-Freiberuflern wie Herrn Schmidt.

Dies gilt dann auch nicht nur für Einstellungen und Überzeugungen. Etwa hinsichtlich des Eintrittes in die Posterwerbsphase stellt Herr Schmidt seine Kontrollüberzeugungen und seine eigenen Bedarfe in den Vordergrund. So plant er den eigentlich anstehenden Renteneintritt unabhängig von Vorgaben wie dem offiziellen Renteneintrittsalter, nämlich zum Zeitpunkt der Verrentung seiner Frau und damit zum Zeitpunkt des Interviews zwei Jahre nach Vollendung seines 65. Lebensjahrs. Arbeitslosigkeit erlebt Herr Schmidt seinen Schilderungen zufolge nicht als Phase drohender Exklusion und existentieller Angst, sondern als Chance, neues Wissen und angepasste Qualifikationen zu erwerben. Auch in anderen Dimensionen liegen nicht die (günstigen oder ungünstigen) äußeren Umstände im Fokus seiner Reflexionen, sondern sein eigenes Selbst und die diesbezüglichen Möglichkeiten zur Modifikation. Weiterbildung als Investition ins eigene Humankapital wird an verschiedenen Stellen im Interview ohne explizite Nachfragen des Interviewers angesprochen und als eigenverantwortlicher Umgang mit dem eigenen Arbeitsmarktschicksal thematisiert.

An diesem Punkt sind die Verbindungen zu den täglichen Engagements in Internetarbeitsmärkten besonders deutlich spürbar. So spricht Herr Schmidt nicht von Qualifikationen, sondern von Skills – und übernimmt an dieser Stelle schon terminologisch die Vorgaben von GULP. Das setzt sich fort, indem Herr Schmidt im Zusammenhang mit Weiterbildung relativ ausführlich über die oben skizzierten Feedback-Instrumente im Umkreis dieses Themas berichtet. Er reproduziert die charakteristischen Momente dieser Kommunikation dabei umfäng-



lich. So ist es für ihn nicht nur unfraglich, dass neue Wissensinhalte vollständig in Eigenleistung erworben werden. Auch die Frage, welche Wissensinhalte relevant sind, wird in Eigenleistung beantwortet. Orientierung verleihender Maßstab ist dabei die Erwartung, von Beobachtern beobachtet zu werden. Herr Schmidt setzt sein eigenes Humankapital-Portfolio ins Verhältnis zu den grafisch naturalisierten Beobachtungen zweiter Ordnung auf GULP. Die als Diagramm dargestellte Nachfragekurve nach bestimmten „Skills“ lässt das Marktgeschehen offensichtlich spürbar werden; der Markt wird angängig, zur alltäglichen Adresse und zum relevanten Umweltbezug für das wie geschildert aufgewertete Selbst. Herr Schmidt schildert sich als unternehmerisch agierenden Investor seines eigenen Humankapitals.

Ganz parallel lassen sich auch die Erzählungen des Interviewpartners zu Arbeitsinhalten interpretieren, die er zumeist als persönliche Herausforderungen und Anlass zur Selbstverwirklichung phrasiert. Als ein Motiv seiner täglichen Praxis in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen schildert Herr Schmidt, dass es ihm darum geht, „(...) genau den Auftrag zu finden, der einem genau die Erfüllung bringt jetzt (hm) (...)“ (Hr. Schmidt). „Erfüllung“ und Verwirklichung eigener „Interessen“ scheinen ihm zufolge Motor seiner Aktivitäten zu sein. Nachdrücklich deutlich wird der zentrale Bezug aufs eigene Selbst auch hinsichtlich der Schilderungen, die sich um die Modalitäten drehen, anlässlich derer Herr Schmidt ein Beschäftigungsverhältnis beendet. So sind es nicht nur auslaufende Verträge oder nicht stattfindende Verlängerungen, sondern beispielsweise auch familiär institutionalisierte Urlaubs- und Reisepläne<sup>106</sup>, die für Herrn Schmidt Anlass sind, ein Engagement zu beenden – und dies gilt auch bei Wahrnehmung einer ungünstigen Arbeitsmarktlage. An diesem Punkt wird auch an dieser tendenziell an Profit und ökonomischer Effizienz ausgerichteten Erwerbsorientierung deutlich, dass erwerbsbezogene Selbst- und Weltbezüge selbst in einem, unternehmerische Anrufungen massiv transportierenden Kontext nicht unilinear in entsprechender Form subjektivieren. Weiter unten wird darauf noch einmal detailliert eingegangen. Am wirkmächtigsten scheint insgesamt die Anrufung einer selbstzentrierten und eigenverantwortlichen Subjektivität zu sein.

Als Maßstab arbeitsmarktrelevanter Entscheidungen ist also Herr Schmidt sich selbst genug. Dass dieser Befund angesichts des Status als soloselbstständiger IT-Freiberufler nicht unbedingt überrascht, ist die eine Seite. Andererseits ist aber auch im Vergleich zu anderen, in ähnlicher Weise unsicher beschäftigten Personen im Sample die Konsequenz der Selbstbezogenheit bei Herrn Schmidt bemerkenswert. Objektive Zwänge, Zumutungen aufgrund prekär-

---

<sup>106</sup> Einmal im Jahr nimmt Herr Schmidt eine längere Auszeit für sich in Anspruch, die er konsequent durchsetzt, auch wenn dies berufliche Nachteile im Sinne einer Verkleinerung seines Möglichkeitsraums am Arbeitsmarkt bedeutet.

rer Strukturen, Defizite in der Dimension Sicherheit – all dies wird zwar auch im Interview mit Herrn Schmidt zum Thema, aber nur am Rande, als Begleiterscheinungen, als äußere Anlässe, die jeweils immer als Anstöße zu Selbst-Veränderungen gedeutet werden. Kritische Einschätzungen zur Situation fehlen fast vollständig, negative Entwicklungen wie z.B. der Einbruch der Auftragslage im Jahr 2004 werden zügig, oberflächlich und indifferent abgehandelt.

Dabei scheint es sich hier keineswegs um Effekte sozialer Erwünschtheit oder um eine demonstrative Form der Selbstdarstellung zu handeln. Herr Schmidt spricht nämlich auch über Ereignisse, die als Misserfolge und gescheiterte Versuche gesehen werden könnten. Auffällig ist aber, dass im Rahmen der von ihm bedienten Terminologie Misserfolge und Erfahrungen des Scheiterns nicht als solche erzählt werden (und offenbar auch nicht werden können). In einer zum Teil technologisch-mechanistischen, zum anderen Teil aber deutlich selbstenthusiastischen Sprache erzählt, bedeuten diesbezügliche Erfahrungen nichts anderes als Selbstkontrolle verlangende Kontextfaktoren, auf Bildungsinhalte bezogene Investitionsherausforderungen oder Chancen für neue Anschlüsse – und das mit großer Selbstverständlichkeit. Damit reproduziert Herr Schmidt auch die kulturelle ‚Atmosphäre‘ von Internetportalen wie GULP. Die kategorial auf ‚Erfolge‘ festgelegte Kommunikation in diesen arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen ist der eigentliche Autor genau dieser Erzählung eines Erwerbsverlaufes aus Erfolgen und Herausforderungen. Denn in einer anderen Terminologie ließe sich genauso von glücklichen Zufällen und misslichen Einflüssen äußerer Umstände sprechen; das Interview mit Herrn Schmidt ist semantisch in weiten Teilen aber ein Zwilling der, auf der Größe Eigenverantwortlichkeit fußenden Kommunikation auf GULP. Ähnlich argumentieren lässt sich hinsichtlich der betont sachorientierten, technologieaffinen, den Ingenieurs-Habitus idealisierenden Darstellungen. Während die Quelle dieses Selbstverständnisses in der Praxis der alltäglichen Tätigkeit liegt, erhält dieses Selbstverständnis seine Weihen als Leitbild in der, den Markt naturalisierenden, synthetischen Praxis in Online-Anwendungen wie GULP. Insbesondere die zitierten Feedback-Instrumente und die damit erzeugte Erfahrung im Rahmen der Praxis eines wechselseitigen Rankings spielen hier eine entscheidende Rolle.

Entsprechend kommentiert Herr Schmidt z.B. das, in der Regel von vielen anderen InterviewpartnerInnen eher als belastend erfahrene Verlassen von alten Arbeitsstellen in genau dieser Weise:

„Aber trotzdem war das nie eine Trennung dann in Wehmut, wie auch immer. Man war eigentlich auch froh darüber, andererseits wieder etwas Neues, wieder eine neue Herausforderung zu haben(hm), ja das ist auch nicht so daher gesagt als Floskel“ (Hr. Schmidt).

Einerseits ist an diesem Zitat, welches inhaltlich vor allem den Verlust eines gewohnten Kollegenkreises adressiert, noch einmal gut ersichtlich, wie ernst es Herrn Schmidt mit seiner Einschätzung ist. Wechsel, Anpassungsfähigkeit und Flexibilität sind Selbstzweck und hohes Gut im Rahmen dieser Erwerbsorientierung. Zudem fällt aber auch auf, dass Herr Schmidt an dieser Stelle von der aktiven Erzählperspektive des tätigen „Ich“ zur passiven Form des „man“ wechselt. Damit führt er eine legitimatorische Ebene in die Erzählung zum Thema ein. Herr Schmidt verweist darauf, dass seine Ablehnung weiterführender emotionaler Bindungen eine legitime, etablierte Form der Erwerbsorientierung auf dem Markt für IT-Freiberufler darstellt. Wichtiger als Emotionen für Kollegen (und Betriebe) sind im Umfeld dieser Rechtfertigungsordnung solche, die Flexibilität aufwerten. Mit der Formulierung „Man war (...)“ soll vermittelt werden, dass diese Einstellung etabliert und selbstverständlich ist. Herr Schmidt verweist mit dieser Formulierung auf ein, in seinem Umfeld weithin etabliertes Leitbild und legitimiert seine Ansicht damit.

Worin besteht diese Legitimationsfigur genau? Was wird legitimiert und wodurch? Am Beispiel des angeführten Zitats ist zunächst ersichtlich, dass Herr Schmidt seine Erwerbsorientierung an Maßstäben ausrichtet, die marktförmig sind. Nicht die Bindung an eine betriebliche Organisation, sondern die Bedingungen eines marktförmigen Umfeldes werden als relevante Umwelt konstruiert und gelten als legitime Quelle arbeitsmarktbezogenen Wissens. Vor dem Hintergrund der oben ventilierten Thesen ist damit eine arbeitsmarktförmige Erwerbsorientierung (im Gegensatz zu einer Betriebsorientierung) zu attestieren. Dieser Bezug auf ‚den Markt‘ ist dabei in gewisser Weise inhaltlich leer. Zentrale Aspekte dieser Orientierung sind nicht irgendwelche definierten Inhalte – etwa eine bestimmte Tätigkeit, ein bestimmtes Niveau an Sicherheit, eine hohes Maß an Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen oder dem kollegialen Umfeld. Vielmehr geht es um marktförmige Maßstäbe und ihre sich stetig wandelnde Konstruktion im Modus zweiter Ordnung: Herr Schmidt legt großen Wert auf das Identifizieren und Nutzen neuer Chancen am Arbeitsmarkt, auf lebenslanges Lernen – ständiges „learning-by-doing“ (Hr. Schmidt), auf einen effizienzorientierten Umgang mit maximaler Flexibilität etc.

Die Erfahrung dieser marktförmigen Maßstäbe ist dabei in folgender Weise an das Engagement in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen gebunden. So äußert sich Herr Schmidt zur Frage, worum es auf Internetportalen geht, folgendermaßen:

„Ja, das ist zumindest ein Wissen äh, das einem ermöglicht, den richtigen Zeitpunkt zu erwischen, für einen Umstieg. (hm) Und das ist ja auch außerordentlich wichtig auch (hm), dass man genau im richtigen Moment an der richtigen Stelle einsteigt und nicht aus irgendwelchen Vertragsgründen noch eineinhalb Monate halt warten muss, und dann ist alles gelaufen und man sucht wieder ewig (Hr. Schmidt).“

Würde man dieses Zitat ohne Kenntnis des Kontextes lesen, wäre es naheliegend, als Erzähler einen Börsenmakler zu vermuten, der über eine neue Software oder Ähnliches spricht. Wieder zeigt sich, dass arbeitsmarktbezogene Internetportale den Markt erfahrbar machen – und zwar in einer ganz spezifischen Weise. Das algorithmisch produzierte Wissen erzeugt erstens eine naturalisierte Kommunikation eines Arbeitsmarktes, in dem das, seine eigene Arbeitskraft vermarktende, Selbst sich als Investitionsgut begreift. Mit dieser Vorstellung ist zweitens dann auch das entsprechende Leitbild marktkompetenten Verhaltens angegeben. Zum „richtigen Zeitpunkt“ ohne Rücksicht auf Bindungen zu wechseln, wird zum Eigenwert, der auf verschiedenste Art und Weise (siehe die zitierte Trashpoll, die vielfältigen Feedback-Instrumente, die grafische Aufbereitung der Inhalte) im Internet vermittelt wird. Das zitierte „man“ lässt sich vor diesem Hintergrund als der rhetorische Verweis auf den Markt interpretieren. Das von Herrn Schmidt erzählte „man“ ist der algorithmisch erzeugte Arbeitsmarkt im Internet mitsamt dem darin eingelassenen selbstzentrierten, bindungsaversen und flexibilitäts- und profitorientierten Leitbild aus marktförmigen Beobachtungen zweiter Ordnung. GULP (wie auch Xing und andere Anwendungen) erzeugt die marktförmige Vorstellung vom Arbeitsmarkt für IT-Berufler und legitimiert marktadäquates Verhalten.

### 5.7.3 Kontingenz

Insgesamt erscheint das auf zwei Standbeinen stehende Informationsverhalten des Herrn Schmidt damit als spezifische Weise des Umgangs mit Arbeitsmarktkommunikation. Persönliche Netzwerke dienen hauptsächlich der Vermittlung neuer Jobs, sind also die angezeigten Kanäle für tatsächliche Rekrutierungen. Die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen vermittelt dagegen einen wechsellaffinen und marktförmigen kulturellen Mikrokosmos mitsamt den entsprechenden Welt- und Selbstverhältnissen, Verhaltensimperativen und Legitimationsfiguren. Vor diesem Hintergrund bleibt zu fragen, ob es sich hier auch um eine, in einem starken Sinn ökonomisierte, Erwerbsorientierung handelt: Sind die erwerbsverlaufsbezogenen Entscheidungen des Herrn Schmidt durchgängig effizienzorientiert und an einer ökonomischen Rationalität orientiert, die solche Entscheidungen nur Kosten-Nutzen-Kalküle

zugrunde legt? Die Auswertungen des Interviews mit Herrn Schmidt vermitteln hier, wie schon angedeutet, ein ambivalentes Bild.

Zum einen existieren Narrative, die von einer Ökonomisierung auf hohem Niveau ausgehen lassen. So schildert Herr Schmidt eine Situation, in der er zwischen einer Anstellung mit kurzer Dauer und hoher Bezahlung oder einer Anstellung mit längerer Dauer und geringerer Bezahlung wählen musste. Seine diesbezügliche Entscheidung kann als Ausdruck gesteigerter Ökonomisierung gelten: „Aber wenn ich mich jetzt entscheiden müsste, äh würde ich sogar sagen, ich würde eher den kurzfristigen, etwas besser bezahlten annehmen (hm) als mich vielleicht etwas frustrierter lange Zeit festzulegen (...)“ (Hr. Schmidt).

Andererseits gelten ihm auch anderweitige Bedürfnisse (längere Urlaube etc.) wie oben schon skizziert als wichtiger Bezugspunkt. So scheint der Interviewpartner auch dann, wenn es aus einer ökonomisierten Perspektive auf Erwerbschancen zuwider läuft, seinen selbst gesetzten Erwartungen und Ansprüchen an eine gelingende Lebensführung zu folgen.

„Wir machen dann Urlaub vier Wochen, wie fast jedes Jahr. Und das wird immer nicht sehr gerne gesehen von den Firmen (hm). Vier Wochen am Stück. Bei der Firma<sup>16</sup> war das kein Problem, aber später bei der Firma<sup>17</sup> wurde man dann immer ein bisschen vorwurfsvoll dann angeguckt, ne. Vier Wochen. [beide lachen] und so habe ich mir gedacht, bis Ende Juni, dann kommt dieser Urlaub sowieso und dann sehe ich mich aufs Neue um, wie auch immer“ (Hr. Schmidt).

Interessant ist, dass Herr Schmidt diese Überlegungen wiederum im Rahmen seiner Ausführungen zu den Vor- und Nachteilen von arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen präsentiert. So sind es ihm zufolge die Möglichkeiten, die sich in der Folge der Nutzung des Internets bieten, welche ihm diesen Umgang mit dem Thema Urlaub erlauben würden. An dieser und an anderen Stellen im Interview wird deutlich, dass die marktförmige und selbstzentrierte Kommunikation in Internetarbeitsmärkten keineswegs eindimensional mit einer Ökonomisierung der Erwerbsorientierung verbunden ist. Das hier anzutreffende Leitbild umfasst ebenso das Ideal der freien und unabhängigen Wahl von Erwerbsmöglichkeiten, die in Richtung ökonomischer Rationalität gelagert sein kann, die aber zunächst einmal nur auf dem Humus marktförmigerer und selbstzentrierter Kommunikation thematisch wird. Urlaub wird dann nicht trotz des, sondern gerade in der Logik dieses Leitbildes gemacht – auch wenn dies ökonomischer Rationalität zuwider läuft.

Eine Beschreibung von Erwerbsorientierungen, die in Kontakt mit der Kommunikation in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen stehen, muss vor diesem Hintergrund beachten, dass mit dem Begriff der Ökonomisierung nur eine Facette der Zusammenhänge adressiert

wird. Denn andererseits geht es zunächst nur um die Kommunikation von Möglichkeiten – um eine Optionalisierung - und um die Kommunikation des Offenhaltens von Möglichkeiten – um einen Bedeutungsgewinn von Kontingenzen. Die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen wie GULP verschafft ein detailliertes Wissen über soziale Prozesse namens Arbeitsmarkt. Sie macht den Möglichkeitsraum für das eigene Selbst in vergleichsweise großem Ausmaß sichtbar, und verschafft der Kommunikation von Optionen damit gleichzeitig einen eigenen Wert. Auch ohne den Vollzug eines überbetrieblichen Stellenwechsels verschiebt die Nutzung des Internets am Arbeitsmarkt damit die wesentlichen erwerbsbezogenen Konstruktionen. Nicht mehr der von einer betrieblichen Organisation vorgebestimmte Pfad, sondern das Offenhalten von Möglichkeiten für das eigene Selbst dominiert eine hier angekoppelte Erwerbsorientierung. Kontingenz – oder in Baeckers Worten: die Arbeit an der Form der Form (vgl. Baecker 2008: 71) – ist Fluchtpunkt der digitalen Formatierung des Selbst in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen.

## **5.8 Zusammenfassung Fallstudien**

Die bis hierher geschilderten Befunde können in der Auswertung der anderen Interviews des Samples zum übergroßen Teil bestätigt werden. So lassen sich, je nach Nutzungsintensität unterschiedlich stark ausgeprägt, viele Parallelen zu den Fällen Müller und Schmidt und den hier analysierten Erwerbsorientierungen auffinden. Selbstzentrierte Erwerbsstrategien und marktförmige Perspektiven auf den jeweils adressierten Teilarbeitsmarkt stehen regelmäßig in einem engen Zusammenhang mit den jeweils genutzten Verbreitungsmedien.

Dabei ist die ‚Aufgabenteilung‘ – persönliche Netzwerke (und andere Verbreitungsmedien) zur tatsächlichen Rekrutierung, arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen für allgemeinen Belange – in fast allen Fällen, die das Internet nutzen, das dominierende Muster der Mediennutzung. Immer scheint aber ein zentraler Punkt an der arbeitsmarktbezogenen Kommunikation im Internet zu sein, dass es um die eigene Arbeitskraft und die darum zentrierte Konstruktion des Möglichkeitsraumes am Arbeitsmarkt geht. Geschult am Blick auf eine große Zahl von Stellenangeboten und auf die vielfältigen und detailliert sichtbaren Erwerbsverläufe der MitbewerberInnen, vermittelt über die ohne nennenswerten Aufwand und über den sprichwörtlichen ‚einen Klick‘ ersichtliche Gelegenheitsstruktur und provoziert durch den wechsellaffinen, teilweise profitorientierten Charakter der hier transportierten kulturellen Muster und Diskurse – kommt es zu einem Schub in Richtung Selbstzentrierung und Vermarktlichung und zu einer gesteigerten Kommunikation von Kontingenzen.

Die folgende Übersicht trägt die Befunde zu subjektivierenden Anrufungen und Erwerbsorientierungen mit diesem verbreitungsmedialen Hintergrund zusammen und illustriert sie noch einmal mit Zitaten aus weiteren Interviews, die den Kerngedanken in prominenter Form enthalten:

a) *Stetige Konstruktion des Möglichkeitsraums*: Über das Merkmal von Ubiquität im Sinne zeitlicher Synchronizität, Kontinuität und Unmittelbarkeit sowie der Entkopplung von räumlichen Restriktionen filtern arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen Kommunikationen der Evaluation und Konstruktion des eigenen Möglichkeitsraumes. Die Kenntnis der arbeitsmarktbezogenen Optionen wird zum konstitutiven Merkmal des marktförmigen Umgangs mit dem jeweiligen Teilarbeitsmarkt und zum Fundament eines selbstzentrierten Umgangs mit dem eigenen Arbeitskraft-Selbst. Ein festangestellter Teamleiter eines prosperierenden mittelständischen Softwareunternehmens äußert sich entsprechend: „(...) einfach um zu erfahren, was passiert aufm Markt, welche Jobs sind gefragt und man bekommt auch nen relativ gutes Bild äh in welchen Regionen welche Qualifikationen gebraucht werden“ (Hr. Meier).

Arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen vermitteln offensichtlich ein weitgefächertes Bild eines Möglichkeitsraumes. Dies geschieht auf der Grundlage marktförmiger Kategorien, die zum Beispiel als algorithmisch erzeugte, bildhaft naturalisierte Artefakte zum Thema regionale Nachfrage und Qualifikation kommuniziert werden. Darauf bezieht sich dieser Interviewpartner, und zwar auch ohne konkreten Anlass: „Das man ganz einfach ähm auch ich sag mal auch in ner relativ sicheren Anstellung schon aufm Laufenden bleibt, was aufm Markt passiert, vielleicht um auch die Trends zu erkennen und so weiter“ (Hr. Meier).

Die Evaluation des eigenen Möglichkeitsraumes gehört in diesem Sinne in den meisten Fällen des Samples auch bei hoher Arbeitsplatzsicherheit zur Arbeitsmarktpraxis. Die Kommunikation in arbeitsmarktbezogenen Internetanwendungen ersetzt damit nicht die Kommunikation über ein anderes Verbreitungsmedium, sondern verschafft subjektivierenden Erwerbsorientierungen eigenen Typs erst eine Grundlage.

b) *Alltäglichkeit der Beobachtung zweiter Ordnung*: Damit hängt der folgende Punkt eng zusammen: Die Kontingenz der Gelegenheitsstruktur für die eigene Arbeitskraft wird auch ohne eine bestimmte Intention alltäglich erfahrbar. Niedrigschwellig erreichbare, alltägliche Kommunikation im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung verschiebt auch die Art und Weise, in der die betroffene Arbeitskraft als Person sich selbst begegnet: nämlich als Ergebnis der eigenen Konstruktionen. Hier liegt der Kern der subjektivierenden Anrufungen in Jobbörsen und Co: Der Beobachter beobachtet, dass er beobachtet wird und richtet sich danach. Ent-

scheidend ist hier, dass diese Form der Kommunikation alltäglich, ohne nennenswerte Aktivität und ohne Widerständen etwas entgegensetzen zu müssen, prozessiert. Diese Inkorporierung von Beobachtung zweiter Ordnung in den kommunikativen Alltag verschafft Arbeitsmarktkommunikation den Charakter großer Selbstverständlichkeit. Es geht um Beobachtung, und das ist nichts Besonderes:

„Also wie gesagt, ich krieg' zum zum Beispiel immer diesen, diesen ähm E-Mail-Newsletter von monster und von Stepstone, weil ich da einfach irgendwie mal ein Profil eingerichtet hab' und irgend'nen Suchagenten. Das hab' ich halt nie abgestellt und deswegen kommt es da rein und wenn ich grad mal irgendwie Muse hab', bei 'ner Tasse Kaffee guck' ich so an, was so an Stellen ähm ausgeschrieben ist. Das ist aber nicht in dem Sinne ein wirkliches aktives ähm Beobachten. Das ist mehr so ähm ich, ich erhalte Daten ähm und bei 'ner Tasse Kaffee verarbeite ich die dann irgendwann. Aber, aber nich, nich planmäßig, nich gezielt“ (Fr. Roth).

Nicht im Sinne eines planvollen, strategischen oder gar effizienzorientierten, transaktionskostenbewussten Handelns, sondern integriert in den Alltag wird hier arbeitsmarktbezogen kommuniziert. Der Arbeitsmarkt bleibt automatisiert zugänglich und liefert Daten, die zur stetigen Prüfung des Kontingenzniveaus der eigenen Situation beitragen und die ggf. zu einer Re-Konstruktion der eigenen Arbeitskraft veranlassen können.

c) *Gesteigerte Eigenverantwortlichkeit*: NutzerInnen arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen werden in einer Form als Personen adressiert, die ihnen in ihrer Praxis nachhaltig und an vielen Punkten suggeriert, dass sie selbst die Quelle ihres Arbeitsmarktschicksals sind. Insbesondere die oben analysierten Feedbacksysteme aber auch viele weniger komplexe Teilanwendungen strukturieren in dieser Richtung und vermitteln ein Leitbild gesteigerter Eigenverantwortlichkeit. Mit Fokus auf die für ihn bedeutsamen Momente eines Wechsels erzählt eine Interviewpartnerin über die Konsequenzen aus einer simplen Veränderung seines Profils in der Kategorie Erwerbsstatus:

„Und aufgrund meiner Statusänderung [in einem arbeitsmarktbezogenen Online-Netzwerk, d.A.] habe ich dann zum Beispiel zwei weitere interessante Angebote bekommen. Ähm also das heißt, ich hab' in dem Moment eigentlich das Internet aktiv genutzt, ähm um kenntlich zu machen, dass ich wechseln werde“ (Fr. Vogel).

Die mit einem Klick erledigte Statusänderung zeitigt offensichtlich weitreichende Folge. Die Interviewpassage zeigt, wie sehr aus der Perspektive der Nutzerin die eigene Aktion (hier: die statusändernde Re-Konstruktion der eigenen Arbeitskraft) für relevante Veränderungen sorgt. Dies verstärkt den Eindruck, dass das eigene Arbeitsmarktschicksal umfänglich das Ergebnis



der Kommunikation des eigenen Selbst ist. Die unmittelbare und potentiell weitreichende Wirkung der betreffenden Klicks suggeriert, es selbst gewesen zu sein. Das eigene Arbeitsmarktschicksal wird keiner anderen Instanz, sondern nachhaltig dem eigenen Selbst zugerechnet.

d) *Kontingenz*: Erwerbspersonen kommunizieren im Kontext arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen ihr Selbstbild und bekommen auf dieser Basis Feedbacks für mögliche Re- oder Neukonstruktionen. Im Zuge dieser reflexiven Praxis geht es um Kontingenzsteigerung, um das Offenhalten von Optionen. Stetig vermitteln die einzelnen Angebote in den verschiedenen Online-Anwendungen Hinweise zur Kontingenzsteigerung:

„Es ist eigentlich äh naja täglich wäre übertrieben, aber ich sag mal doch schon kommen dort monatlich oder halbjährig gibt's da schon neue Trends, neue Technologien, wo man eigentlich dran bleiben muss. Dort nutz ich schon freie Zeit, die ich zur Verfügung hab, um mich dort weiterzubilden oder zumindest zu informieren wo geht es hin“ (Hr. Meier).

Auf der Basis der selbst konstruierten Präsenz im Internetarbeitsmarkt ‚errechnet‘ der jeweilige Algorithmus Imperative, die als Hinweise für die eigene Fortentwicklung kommuniziert werden. Weiterbildung und Akquise sind hier in einem starken Sinne subjektiviert: vom Identifizieren des Weiterbildungsbedarfs über die Durchführung bis zur Einschätzung der Effektivität einer Weiterbildung liegt alles in der Hand des Arbeitskraft-Subjekts. Dabei geht es gar nicht so sehr um eine Position in einem bestimmten Betrieb, um die Karrieremöglichkeiten in einem bestimmten definierten Umfeld, sondern um das Offenhalten einer möglichst großen Zahl von Möglichkeiten.

Zusammengefasst heißt das: stetige Konstruktion des Möglichkeitsraums, Kontingenzerfahrung und Eigenverantwortung auf hohem Niveau sind Formen von Kommunikation, die im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung selektiert werden, und die als entsprechend subjektivierende Anrufungen die betreffenden Erwerbspersonen adressieren und sich in den Interviews als selbstzentrierte und marktförmige Erwerbsorientierung artikulieren. Insofern bestätigen sich in der Zusammenschau die oben eingeführten Thesen zu weiten Teilen. Die besondere Form der ‚Sichtbarkeit‘ des Arbeitsmarktes, die Entkopplung von betrieblicher Kommunikation und eine aufs Selbst zentrierte, dabei aber nicht zwingend profitorientierte Anrufung von Personen kennzeichnen die internetvertrauten Erwerbsorientierungen, die in der Auswertung des vorliegenden empirischen Materials beobachtet werden konnten. Ein zusätzliches Datum, welches sich genuin den empirischen Beobachtungen verdankt, lautet, dass eine

Schwerpunkt der Konstruktion dieser Erwerbsorientierungen auf der Kommunikation von Kontingenz liegt.

Die Aufwertung von Kontingenz im Rahmen von Erwerbsorientierungen ist dabei mit Sicherheit nicht im Sinne eines gerichteten Kausalzusammenhangs auf das Internet zurückzuführen. Etwa im Bereich von Bildungsentscheidungen sind kontingenzbewusste Muster schon länger etabliert (vgl. Gross 1994). Hier lautete der Befund, dass beispielsweise die Entscheidung, einen bestimmten Bildungsabschluss zu absolvieren, zeitgenössisch nicht mehr mit Blick auf die Möglichkeit des Ergreifens eines bestimmten Berufes oder der Umsetzung eines definierten Karriereplans folgt. Im Vordergrund steht dagegen das Ziel, einen möglichst großen Raum an Optionen offenzuhalten. Das hier zu vertretende, mediensoziologische Argument lautet aber, dass Internetarbeitsmärkte die betreffende Semantik verdichten, steigern und auf höherem Niveau zu einem normativ besetzten Leitbild werden lassen.

Dabei mündet dies nicht notwendig in einem ökonomisierten Selbstverhältnis, sondern viel eher zunächst in der Erfahrung der Konstruiertheit des eigenen Arbeitskraft-Selbstes. So verstärkt die Kommunikation in Internetarbeitsmärkten im Zuge der alltäglich und bildhaft aufgewerteten Verfügbarkeit über die Konstruktion des eigenen Arbeitskraft-Selbstes einen bewussten Umgang mit Kontingenz und Möglichkeitsräumen. Ökonomisierte Einstellungs- und Handlungsmuster können eine Konsequenz entsprechender Praxisformen sein, müssen dies aber nicht. Entscheidend ist hier, welche anderen gesellschaftlichen Teilsysteme als relevante Umwelten konstruiert werden und möglicherweise einen primären Bezugspunkt bilden.

## 6 Fazit

Die Ausgangsfragestellung dieser Arbeit lautete, ob und ggf. wie arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen einen Einfluss auf Erwerbsorientierungen haben. Auf der Suche nach einer Antwort auf diese Frage wurden mehrere Wege beschritten. So ging es darum, in der Auseinandersetzung mit dem Forschungsstand bezüglich der Nutzung von Jobbörsen und Co die etablierten sozialwissenschaftlichen Perspektiven auf das Thema zu skizzieren. Hier zeigte sich, dass Begriffe und Konzepte der Ökonomik das Feld der Forschungen zu diesem Thema weithin dominieren. Dabei sind die Ergebnisse der ökonomisch gelagerten Forschungen aber relativ uneindeutig. Aus ökonomischer Perspektive deutet zwar viel daraufhin, dass das Internet den Arbeitsmarkt transparenter und damit effizienter macht. Klare und eindeutige Befunde in dieser Hinsicht sind aber zumindest im Kontext seriöser Ansätze eher die Ausnahme. Die Frage, was zur Nutzung des Internets motiviert, ist hier ebenso offen wie die Frage, in welche Richtung die Konsequenzen dieser Nutzung weisen (vgl. Kap. 2).

Eine Vielzahl von Argumenten, denen in der vorliegenden Arbeit nachgegangen wurde, verweist hier auf Unzulänglichkeiten ökonomischer Begriffe und Konzepte. So kann man dem ökonomischen Zugang aus der Perspektive soziologischer Systemtheorie vorwerfen, die Komplexität sozialer Praxis in einer modernen funktional ausdifferenzierten Gesellschaft zu verkennen und einen inadäquaten Reduktionismus zu betreiben. Der vielleicht entscheidende Nachteil des ökonomischen Ansatzes zeigt sich aber gerade auch im Zusammenhang der hier erörterten empirischen Befunde. Demnach entwickelt sich bei Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen ein Arbeitsmarkt eigenen Typs, der sich in den folgenden Punkten von anderen Teilarbeitsmärkten, in denen diese Nutzung nicht etabliert ist, deutlich unterscheidet. So veralltäglicht der Selektionsfilter Internet Kommunikationen im Modus der Beobachtung zweiter Ordnung. Anders formuliert: In der alltäglichen Kommunikation werden Beobachterpositionen häufiger, die Beobachtungen beobachten. Mit dieser, auf systemtheoretische Konzepte zurückgehenden Formulierung ist gemeint, dass mit der Etablierung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen ein deutlicher Schub in Richtung einer Abwertung betriebsförmiger Erwerbsorientierungen und eine ebenso deutliche Aufwertung des Selbst der betreffenden Erwerbspersonen stattfindet. Während im Rahmen betriebsförmiger Erwerbsorientierungen Beobachtung erster Ordnung dominieren, treten mit vermarktlichten und selbstzentrierten Erwerbsorientierungen Beobachtungen zweiter Ordnung an diese Stelle. Dies ist mit ökonomischen Konzepten nicht zu fassen, da es bei diesem beobachtungstheoretischen Ansatz zunächst einmal gar nicht um Kostenkalküle oder Effizienzfragen geht, sondern um Prozesse

sozialer Strukturbildung, die unter Umständen einer eigenen, nicht auf Ökonomisches reduzierbaren Logik folgen. Zusammengefasst: während die Ökonomik transparente von weniger transparenten Märkten unterscheidet, aber davon ausgeht, dass im Hintergrund immer ein identischer ökonomischer Mechanismus abläuft, verweisen die hier versammelten empirischen Befunde darauf, dass Arbeitsmarktkommunikation jeweils unterschiedlichen Prämissen folgen kann und sich auf diese Weise jeweils sehr verschiedene Teilarbeitsmärkte ausdifferenzieren können.

An diesem Punkt stimmen die empirischen Befunde und theoretischen Argumente dann auch mit dem, in der Arbeitsmarktforschung etablierten Segmentationsansatz überein. Die Behauptung dieses Ansatzes ist, dass der Arbeitsmarkt in verschiedene, deutlich voneinander abgrenzbare Teilbereiche zerfällt und dass diese Teilbereiche in einer jeweils eigenen Weise strukturiert sind. Entsprechend lassen sich unterschiedliche Typen von Erwerbsorientierungen beobachten. Das genau ist auch die Erkenntnis, die sich auf der Folie der mediensoziologischen theoretischen Argumente und empirischen Befunde der vorliegenden Arbeit einstellt. So sind zum Beispiel Teilarbeitsmärkte, in denen face-to-face Kommunikation dominieren, sehr viel anders verfasst, als Arbeitsmärkte, in denen Jobbörsen, arbeitsmarktbezogene soziale Netzwerke, digitale Stellenanzeigen usw. und so fort wichtig sind. Während die institutionenökonomische Variante des Segmentationsansatzes (vgl. Köhler/Krause 2010) diese Erkenntnis wieder relativiert, indem sie all die unterschiedlichen Formen sozialer Praxis am Arbeitsmarkt auf ein einheitliches Prinzip der profitorientierten Vermittlung von Angebot und Nachfrage reduziert, war der Anspruch der vorliegenden Arbeit, die beobachtbaren Differenzen ernst zunehmen und die Eigenarten internetinduzierter Erwerbsorientierungen zu betonen.

Verbreitungsmedien machen nach alledem einen Unterschied. Die Kommunikation von Erwerbsorientierungen, die an arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen gekoppelt sind, kennzeichnet:

- dass Arbeitsmarkt als ein Chancen und Möglichkeiten generierender Teil alltäglicher Praxis kommuniziert wird und seinen besonderen, oft diskursiv als Bedrohung artikulierten Charakter im Zuge der verstärkten und ästhetisch aufgewerteten Internetkommunikation verliert,
- dass betriebsförmige Perspektiven auf den Arbeitsmarkt an Bedeutung verlieren und Anrufungen von Erwerbspersonen als Disziplinarsubjekte kommunikativ weniger anschlussfähig sind, als solche, die einen selbstzentrierten und reflexiven Umgang mit der eigenen Arbeitskraft präferieren,
- dass das eigene Arbeitsmarktschicksal umfänglich dem eigenen Selbst zugerechnet wird und andere soziale Instanzen (wie zum Beispiel auch kollektive Interessenvertretungen) entscheidend weniger Orientierung vermitteln können,

- und dass es in wesentlich größerem Umfang um die Kommunikation von Kontingenz, um das Offenhalten vielfältiger Möglichkeiten geht.

Insbesondere der letzte Punkt – die Kommunikation von Kontingenz - deutet darauf hin, dass hier, obwohl von Vermarktlichung gesprochen wird, keineswegs eine notwendige Tendenz zur Ökonomisierung mit gemeint ist. Das Offenhalten von Möglichkeiten kann zwar mit Blick auf monetären Gewinn aus Investitionen in das eigene Humankapital sinnvoll sein, es kann aber auch im Kontext anderer sozialer Bezüge zum Leitbild werden. Etwa im Zuge einer Orientierung an Familie und Haushalt können das Offenhalten eines erweiterten Möglichkeitsraums und der (zunächst paradox anmutende) Bezug auf unbekannte Optionen als relevantes Element einer Erwerbsorientierung fungieren. So verweisen die beiden, in dieser Arbeit detailliert analysierten Interviews in unterschiedlichem Ausmaß aber dennoch beide darauf, dass arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen Erwerbsorientierungen und die darin eingelassenen subjektivierenden Anrufungen umfänglich auf das Selbst der Erwerbsperson lenken. Während in (den wenigen) Internetanwendungen, die ohnehin schon ökonomisierte Teilarbeitsmärkte adressieren, profitorientierten und unternehmerischen Diskursen zwar neue Schubkraft in Richtung Ökonomisierung verliehen wird, ist der archimedische Punkt der Kommunikation auch hier das Selbst Erwerbsperson.

Den konzeptionellen und begrifflichen Hintergrund für diese Beobachtungen bildet (wie schon deutlich geworden sein dürfte) die soziologische Systemtheorie. Auf der Folie der entsprechenden kommunikations- und verbreitungsmedientheoretischen Konzepte lässt sich ein Begriff des Arbeitsmarktes einführen, dessen zentrale Pointe lautet, dass alltägliche Arbeitsmarktkommunikation nicht als eigenes System, sondern als eine Beobachtung der auf Arbeitskraft bezogenen inneren Umwelt des Wirtschaftssystems aufzufassen ist. Arbeitsmarktkommunikation findet demnach in Organisationen, in Haushalten und in weiteren sozialen Systemen statt. Mit Arbeitsmarktkommunikation adressieren diese sozialen Systeme marktförmige Prozesse der Zuordnung von Personen zu Arbeit im Kontext des Wirtschaftssystems. Organisationen und Haushalte bleiben dabei operativ geschlossene Systeme, der Arbeitsmarkt wird als innere Umwelt des Wirtschaftssystems konstruiert. Arbeitsmärkte sind demnach kommunikative Artefakte derjenigen sozialen Systeme Kommunikationssysteme, die über ausreichend Komplexität verfügen, um auf diese Weise die preisvermittelte Zuordnung von Personen zu Arbeit konstruieren und sich auf das Wirtschaftssystem beziehen zu können.

Klar davon zu trennen ist ein anderer Aspekt wirtschaftlicher Kommunikation, indem es um Profitabilität, Effizienz, Kostenkalküle und dergleichen mehr geht. In Organisationen werden diese wirtschaftlichen Kommunikationen als Teil relevanter Umwelt betrachtet, wenn

es um Legitimationen und um einen Maßstab für Entscheidungen geht. Profitorientierte Organisationen (Unternehmen) räumen diesem Umweltbezug auf Wirtschaft einen primären Rang ein, andere Organisationen besetzen diese Stelle mit Bezügen auf jeweils andere Funktionssysteme. Gleiches gilt für die Kommunikation in Haushalten und so auch für Erwerbsorientierungen. Der entscheidende Punkt ist, dass auch Erwerbsorientierungen, die primär außerökonomischer Kommunikation verpflichtet sind, einen Bezug zum Arbeitsmarkt haben. Auch Erwerbsorientierungen, in denen ein Helferethos, der Wunsch nach sozialer Anerkennung und Einbindung in entsprechende Interaktionen im betrieblichen Kontext, ein politisches Motiv, ein massenmedial vermitteltes Ideal eines flexiblen Selbst oder andere Bezüge, können ein elaboriertes Konzept des Arbeitsmarktes integrieren. Die Konstruktion eines Marktes und die Konstruktion einer Profitorientierung sind kategorial verschiedene Angelegenheiten und bezeichnen unterschiedliche Dimensionen, in denen soziale Systeme an Wirtschaftskommunikation partizipieren können. Kurz: Vermarktlichung und Ökonomisierung sollten nicht in eins gesetzt werden.

In dieser Arbeit führten theoretische Argumente, aber auch der Umweg über mediensoziologische empirische Beobachtungen zu dieser wirtschaftssoziologischen Differenzierung. Erstens wurde sichtbar, dass die Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen keinesfalls durchgängig in einer Weise, wie von ökonomischen Ansätzen vorgesehen, auf die Senkung von (Transaktions-)Kosten zurückzuführen ist. Das Internet wird in vielen (oder vielleicht sogar den meisten) Fällen arbeitsmarktbezogen genutzt, weil ein massenmedialer Hype und eine gewisse Interneteuphorie dieses Verbreitungsmedium deutlich aufwerten. Das Internet umweht die Aura des Fortschrittlichen und Modernen. Transaktionskostenargumente fungieren in entsprechenden Kommunikationen in Organisationen und Erwerbsorientierungen als vorgreifende oder retrospektive Legitimationsnarrative – den eigentlichen Impuls setzt der massenmediale Internethype. Zweitens konnte gezeigt werden, dass mit der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen in Richtung selbstzentrierter und marktförmiger Orientierungen gelenkt wird. Der Fokus auf das kommunikative Spiel mit dem eigenen Selbst zusammen mit der Inszenierung von Beobachtungen zweiter Ordnung dominieren die Szenerie beispielsweise im Kontext der Internet Jobbörse Monster. Ein zusätzlicher Schub in Richtung Ökonomisierung findet in arbeitsmarktbezogene Internetanwendungen statt, die auf ohnehin schon ökonomisierte Teilarbeitsmärkte spezialisiert sind.

Einer Reihe weiterer mediensoziologischer Argumente verweist darauf, dass die Konstruktion einer ökonomischen Umwelt - sei es als Markt oder mit Fokus auf Profit – historisch erst mit dem Auftreten bestimmter Verbreitungsmedien etabliert werden. Der soziale Prozess der

Zuordnung von Personen zu Arbeit entfaltet sich entsprechend des kommunikativen Horizontes, die Verbreitungsmedien als Selektionsfilter aufspannen. Im Zuge entsprechender Probebohrungen in historische Situationen konnte gezeigt werden, dass sowohl die Konstruktion des Bezugsproblems, das mit Arbeit adressiert wird, als auch die jeweiligen Lösungen der Frage nach der Zuordnung von Personen zu Arbeit durch Eigenschaften von Verbreitungsmedien gelenkt werden. Während in sozialen Zusammenhängen, in denen nur mündliche Kommunikation zur Verfügung steht, redundanz erzeugende Rituale und Erfahrungen im Nahbereich die Zuordnung von Personen zu Arbeit regulieren, tritt im Kontext heiliger Schrift Religiosität und die Verteilung von Arbeit entlang religiöser Kriterien im Vordergrund. Erst gedruckte Schrift sorgt für die Etablierung eines Arbeitsmarktes und als Bezugsproblems, dass die Unterscheidung von Produktivität und Destruktivität verarbeitet.

Die Frage, in welcher Richtung das Internet hier einen neuen Horizont für die Kommunikation der Zuordnung von Personen zu Arbeit aufspannt, konnte und wollte die vorliegende Arbeit selbstverständlich nicht beantworten. Der Anspruch der oben stehenden Ausführungen ist explorativer Natur. Es geht um erste Schritte, die einerseits das Ziel verfolgen, die Frage nach der Rolle von Verbreitungsmedien für die arbeits(markt)soziologische Debatte attraktiv zu machen. Gerade mit Blick auf die zeitgenössisch zu betrachtende massive und tendenziell gesellschaftsweit wirksame Umwälzung kommunikativer Prozesse durch Internetanwendungen aller Art rechtfertigen es, dass die Bedeutung von Verbreitungsmedien in der arbeitsmarktsoziologischen Forschung nicht weiter darauf reduziert wird, dass hier weitestgehend substituierbare Informationskanäle vorliegen. Verbreitungsmedien machen einen Unterschied, und diesen Unterschied unterschätzt die arbeitsmarktsoziologische Forschung bis heute. Die Beobachtung einer Verschiebung von Erwerbsorientierungen in Richtung selbstzentrierter und marktförmiger Muster versteht sich hier zum einen als Wegweiser, in welcher Richtung die soziologische Beobachtung entsprechender Wandelprozesse laufen kann. Andererseits möchte diese Beobachtung mit dem Verweis auf die Tendenz zur und die Eigenarten der digitalen Subjektivierung des Selbst auch inhaltlich eine Perspektive für Anschlüsse zur Verfügung stellen.

Ein möglicher Anschluss könnte sich an der zunehmend diskutierten und auch in der soziologischen Debatte immer wichtigeren Frage nach der Rolle von Wachstum für zeitgenössische Gesellschaften entzünden. Dabei wird Wachstum als Ausbreitung ökonomischer Logik (vgl. Dörre et al. 2010) insbesondere auch mit kritischem Anspruch hinsichtlich ökonomischer und ökologischer Krisen thematisiert. Aus einer allgemeinen Perspektive auf den Zusammenhang zwischen Verbreitungsmedien und gesellschaftlichen Strukturen wäre es hier in-

interessant, den Blick auf die verbreitungsmediale Konfiguration zu wenden, die den Hintergrund für die zeitgenössische Gesellschaftsstruktur bildet. Aus systemtheoretischer Perspektive lautet die Frage dann, welchen Zusammenhang es zwischen einerseits dem Komplex aus verschiedenen Erscheinungsformen gedruckter Schrift und elektronischen Medien wie Telefon und Fernseher und andererseits der Struktur funktionaler Differenzierung gibt. Die These wäre hier, dass dieser verbreitungsmediale Komplex Kommunikationen in einer Weise selektiert, dass sie sich operativ schließen und als Funktionssysteme eigene Entwicklungspfade beschreiten. Dass dabei jedes dieser Funktionssysteme ohne Bezug auf ein gesellschaftliches Zentrum auskommen muss (vgl. Luhmann 1997), und so auch keine externen Grenzen für ein Wachstum beachten muss, wäre ein zentraler Nebeneffekt dieses Zusammenhangs.

Folgt man dieser Skizze müsste man fragen, wie sich die Ausbreitung des Internets hier bemerkbar macht. Auf der Folie der vorangegangenen Beobachtungen ließe sich jedenfalls für die Gegenstände Arbeitsmarkt und Erwerbsorientierung nicht auf eine einfache Fortsetzung des unilinearen Trends zur Ökonomisierung schließen. Parallele Entwicklungen sind auch in anderen Bereichen zu beobachten. So zeigt der Diskurs um open source Software oder die Auseinandersetzung um Urheber- und Verwertungsrechte im digitalen Kontext, dass hier im Rahmen existierender sozialer Praxis die Frage nach der Durchsetzungsfähigkeit und Legitimität des kapitalistischen Eigentumsregimes nachhaltig berührt wird. Wie weit diese Entwicklungen reichen, ist schwer abzuschätzen. Eine Fortsetzung der diesbezüglichen Diskussion scheint auf jeden Fall viel versprechend.

Eine Bewertung der Etablierung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen scheint vor diesem Hintergrund nicht einfach. Wenn man zusammenfassend feststellt, dass das Internet Erwerbsorientierungen in Richtung Vermarktlichung und Selbstzentrierung verschiebt, dann stellt sich hier insbesondere die Frage, ob emanzipative oder zusätzlich kapitalistische Fehlentwicklungen verschärfende Begleiterscheinungen das Wachstum flexibler Teilarbeitsmärkte kennzeichnen. Was ist gewonnen (oder verloren), wenn soziale Instanzen wie Gesetze, Gewerkschaften, kapitalistische Betriebe an Bedeutung verlieren und das Selbst der Erwerbspersonen, ihr Wille und Enthusiasmus, ihre eigenen sozialen Orientierungen sowie ihre Anstrengungen hinsichtlich des eigenen Marktwertes aufgewertet werden?

Zum einen suggerieren diese Formulierungen, dass hier emanzipatives Potenzial im Sinne der Möglichkeit einer Ausrichtung auf außerökonomische Sinnbestände eingelassen ist. Andererseits ist vollkommen unklar, ob dies nicht von einem Ökonomisierungsdruck, der beispielsweise aus der Richtung neoliberaler Arbeitsmarktpolitik (vgl. Bröckling 2007) kommt, nachhaltig überformt wird. Die Wirksamkeit ökonomischer Imperative würde sich dann wei-



ter, und nur über andere Wege bemerkbar machen. So ist denkbar, dass eine aufs Arbeitskraft-Selbst fixierte Konstruktion des Arbeitsmarktes Machtasymmetrien unsichtbar macht. Wenn in Erwerbsorientierungen internetinduziert Selbst- und Weltbezüge über Kategorien kommuniziert werden, in denen nur der Einzelne als Zurechnungspunkt für eine Arbeitsmarktschicksal zählt, sind emanzipatorische Entwicklungen von vornherein begrenzt. Die Möglichkeiten, Macht- und Herrschaftseffekte zu thematisieren, verstummen im Konstruktionsmodus der umfänglichen Selbstverantwortlichkeit. Wenn kollektive Instanzen im Zuge der Nutzung arbeitsmarktbezogener Internetanwendungen abgewertet werden, vergrößert das tendenziell auch die Ausbeutungspotenziale in flexiblen Arbeitsmärkten. Die Kategorie der Machtverhältnisse am Arbeitsmarkt und so auch der Einfluss profitorientierter personalpolitischer Strategien werden im kommunikativen Kosmos von Internetjobbörsen und Co systematisch unterdrückt.

Neben der Frage nach der systemtheoretischen Unterscheidung zwischen Vermarktlichung und Ökonomisierung und einem vertiefenden mediensoziologischen Zugriff auf Arbeitsmarktprozesse besteht gerade hier ein großer Bedarf für weitere Forschung zum Thema Internet und Arbeitsmarkt.

## Literaturverzeichnis

- Abraham, Martin/Hinz, Thomas (Hrsg.) (2005): Arbeitsmarktsoziologie. Probleme, Theorien, empirische Befunde. Wiesbaden: VS Verlag.
- Akerlof, George (1970): The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. In: Quarterly Journal of Economics. 84. Jg., H. 3, S. 488-500.
- Alewell, Dorothea/Martin, Simone (2006): Transaktionskostenansatz und Personalwirtschaftslehre: Analyse zentraler Problemfelder und Präsentation von Lösungsansätzen. In: Zeitschrift für Management. 1. Jg., H. 3, S. 282-302.
- Amman, Jost (1975): Das Ständebuch. 134 Holzschnitte mit Versen von Hans Sachs und Hartmann Schopper. Herausgegeben von Manfred Lemmer. Leipzig: Insel Verlag.
- Apitzsch, Birgit (2010): Flexible Beschäftigung, neue Abhängigkeiten. Projektarbeitsmärkte und ihre Auswirkungen auf Lebensverläufe. Frankfurt am Main: Campus.
- Arnold, David O. (1970): Dimensional Sampling: An Approach for Studying a Small Number of Cases. In: The American Sociologist. 5. Jg., H. 2, S. 147-150.
- Assmann, Jan (2005): Die Geburt der Religion aus dem Geist der Literatur – ein Vorwort. In: Schmidt, Hans-Peter: Schicksal Gott Fiktion. Die Bibel als literarisches Meisterwerk. Paderborn u.a.: Ferdinand Schöningh, S. 11-16.
- Atasoy, Hilal (2011): The Effects of Broadband Internet Expansion on Labor Market Outcomes. In: Industrial and Labor Relations Review. 66. Jg., H. 2, S. 315-345.
- Autor, David (2000): Wiring the labor market. <http://www.archive.org/details/wiringlabor-marke00auto>. Zugriff: 21.11.2011.
- Baecker, Dirk (1999): Organisation als System. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baecker, Dirk (2003): Die Zukunft der Soziologie. In: Soziologie. 32 Jg., H.1, S. 66-70.
- Baecker, Dirk (2005): Form und Formen der Kommunikation. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baecker, Dirk (2007): Studien zur nächsten Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baecker, Dirk (2008): Wirtschaft als funktionales Teilsystem. In: Andrea Maurer (Hrsg.): Handbuch der Wirtschaftssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, 109-123.
- Baethge, Martin/Bartelheimer, Peter/Fuchs, Tanja/Kratzer, Nick/Wilkens, Ingrid (2005): Berichterstattung zur sozioökonomischen Entwicklung in Deutschland. Arbeits- und Lebensweisen. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Bardmann, Manfred (2011): Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: Gabler/Springer, S. 367-441.

- Barnes, Stuart/Mattson, Jan (2008): Brand Value in Virtual Worlds: An Axiological Approach. In: *Journal of Electronic Commerce Research*. 9. Jg., H. 3, S. 195-206.
- Barteczko, Sebastian/Köhler, Christoph/Schröder, Stefan (Hrsg.) (2013): Erwerbsorientierungen zwischen Arbeitsmarkt und Betrieb. Hintergründe und Motive für diskontinuierliche Erwerbsverläufe. In: *Jenaer Beiträge zur Soziologie* 23.
- Barzilai-Nahon, Karine/Neumann, Seev (2005): Bounded in Cyberspace: An Empirical Model of Self-Regulation in Virtual Communities. <http://dblp.uni-trier.de/db/conf/hicss/hicss2005-7.html#Barzilai-NahonN05>. Zugriff: 13.11.2013.
- Beard, Randolph/Ford, George S./Saba, Richard P. (2010): Internet Use and Job Search. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1542666](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1542666) Zugriff: 13.11.2013.
- Becher, Claus/Brand, Andreas/Kawai, André/Schmid, Alfons (2005): Elektronische Arbeitsmärkte. Empirie der Struktur und Funktionsweise elektronischer Arbeitsmarktplätze. München u.a.: Hampp.
- Beck, Christoph (2006): Rekrutierung. Die Zukunft heißt Crossmedia. In: *Personalmagazin* 04/2006.
- Beck, Ulrich (1984): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Becker, Kai Helge/Haunschild, Axel (2003): The impact of boundaryless careers on organizational decision making: an analysis from the perspective of Luhmann's theory of social systems. In: *International Journal of Human Resource Management*. 14. Jg., H. 5, S. 713-727.
- Beetz, Michael (2003): Organisation und Gesellschaft. Eine systemtheoretische Analyse des Verhältnisses von Organisationen zu gesellschaftlichen Funktionssystemen. Hamburg: Dr. Kovac.
- Benjamin, Walter (2008): Kapitalismus als Religion. In: Baecker, Dirk (Hg.): *Kapitalismus als Religion*. Berlin: Kadmos, S. 15-19.
- Bird-David, Nurit (1990): *The Giving Environment: Another Perspective on the Economic System of Gatherer-hunters*. University of Chicago Press.
- Blossfeld, Hans-Peter (2006): Globalisierung, wachsende Unsicherheit und die Veränderung der Chancen der jungen Generation. In: *Arbeit. Zeitschrift für Arbeitsforschung, Arbeitsgestaltung und Arbeitspolitik*. 15. Jg., H. 3, S. 151-166.
- Boehme-Neßler, Volker (2009): *BilderRecht. Die Macht der Bilder und die Ohnmacht des Rechts. Wie die Dominanz der Bilder im Alltag das Recht verändert*. Berlin u.a.: Springer.

- Bohnsack, Ralf (2007): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden. Opladen: UTB.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2006): Der neue Geist des Kapitalismus. Konstanz: UVK.
- Bommes, Michael/Tacke, Veronika (2001): Arbeit als Inklusionsmedium moderner Organisationen. Eine differenzierungstheoretische Perspektive. In: Tacke, Veronika (Hrsg.): Organisation und gesellschaftliche Differenzierung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S.61-83.
- Bondarouk, Tanya/Ruel, Huub/Guiderdoni-Jourdain, Karine (2009) (Hg.): Handbook of Research on E-Transformation and Human Resources Management Technologies: Organizational Outcomes and Challenges. Hershey/New York: IGI Global.
- Bonß, Wolfgang/Ludwig-Mayerhofer, Wolfgang (2009): Arbeitsmarkt. In: Allmendinger, Jutta/Ludwig-Mayerhofer, Wolfgang (Hrsg.): Soziologie des Sozialstaates. Gesellschaftliche Grundlagen, historische Zusammenhänge und aktuelle Entwicklungstendenzen. Weinheim/München: Juventa.
- Bosch, Gerhard/Haipeter, Thomas/Latniak, Ernst/Lehndorff, Steffen (2007). Demontage oder Revitalisierung? Das deutsche Beschäftigungsmodell im Umbruch. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 59 (2), 318-339.
- Boos, Margarethe/Fisch, Rudolf (1986): Die Einzelfallstudie als Mittel der Organisationsforschung. In: Methner, Helmut (Hrsg.): Psychologie in Betrieb und Verwaltung. Bericht über die 28. Fachtagung zur Arbeits- und Betriebspsychologie. Fortbildung Wiesbaden 1986 zum Leitthema Traditionelle und künftige Aufgaben der Psychologie in Betrieb und Verwaltung. Wiesbaden: Deutscher Psychologen-Verlag, S. 319-333.
- Bourdieu, Pierre (1992): Homo academicus. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (2010): Meditationen. Zur Kritik der scholastischen Vernunft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Braakmann, Albert (2013): Revidierte Konzepte für Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/WirtschaftStatistik/VGR/RevidierteKonzepteVGR\\_82013.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/WirtschaftStatistik/VGR/RevidierteKonzepteVGR_82013.pdf?__blob=publicationFile). Zugriff: 18.12.2013.
- Braun, Norman/Wolbring, Tobias (2012): Ende der Ökonomisierung? In: Soziale Welt. 63. Jg., H.4, S. 379-400.
- Brenke, Karl/Zimmermann, Klaus F. (2007): Erfolgreiche Arbeitssuche weiterhin meist über informelle Kontakte und Anzeigen. In DIW Wochenbericht. Nr. 20/2007, S. 325-334.
- Bröckling, Ulrich (2007): Das Unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Bruttel, Oliver (2012): Kommunikationspotentiale sozialer Netzwerke. <http://de.slideshare.net/hemartin/acta2012-kommunikationspotentiale-sozialer-netzwerke>. Zugriff: 13.11.2013.
- Bublitz, Hannelore (2003): Diskurs. Bielefeld: transcript.
- Buchholz, Sandra/Blossfeld, Hans-Peter (2009): Beschäftigungsflexibilisierung in Deutschland – Wen betrifft sie und wie hat sie sich auf die Veränderung sozialer Inklusion/Exklusion in Deutschland ausgewirkt? In: Stichweh, Rudolf/Windolf, Paul (Hrsg.): Inklusion und Exklusion: Analysen zur Sozialstruktur und sozialen Ungleichheit. Wiesbaden: VS Verlag, S. 123-138.
- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (Bitkom) (Hrsg.) (2013a): Demokratie 3.0. Die Bedeutung des Internets für die politische Meinungsbildung und Partizipation von Bürgern – Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Wahlberechtigten in Deutschland. [http://www.bitkom.org/de/publikationen/-38338\\_76963.aspx](http://www.bitkom.org/de/publikationen/-38338_76963.aspx). Zugriff: 13.11.2013
- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (Bitkom) (Hrsg.) (2013b): Arbeit 3.0. Arbeiten in der digitalen Welt. In: [http://www.bitkom.org/60376.aspx?url=Studie\\_Arbeit\\_3.0.pdf&mode=0&b=Publikationen&bc=Publikationen%7cStudien+%26+Grundsatzpapiere](http://www.bitkom.org/60376.aspx?url=Studie_Arbeit_3.0.pdf&mode=0&b=Publikationen&bc=Publikationen%7cStudien+%26+Grundsatzpapiere). Zugriff: 13.11.2013.
- Bunz, Mercedes (2001): Das Subjekt und das Netz. Zu einer Politik der Sichtbarkeit. <http://www.mercedes-bunz.de/theorie/subjekt-und-netz/>. Zugriff: 25.02.2011.
- Bunz, Mercedes (2008): Sozial 2.0: Herr, Knecht, Feind, Freund. Soziale Netzwerke und die Ökonomie der Freundschaft. In: De:Bug. Magazin für elektronische Lebensaspekte. 10. Jg., S. 54-55.
- Castells, Manuel (2005): Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag.
- Chaison, Gary (2005): The Dark Side of Information Technology for Unions. In: WorkingUSA. The Journal of Labor and Society. 8. Jg., H. 4, S. 395-402.
- Christensen, Christian (2011): Twitter Revolutions? Addressing Social Media and Dissent. In: The Communication Review. 14. Jg., H. 3, S. 155-157.
- Classen, Christoph/Kinnebrock, Susanne/Löblich, Maria (2012): Towards Web History: Sources, Methods, and Challenges in the Digital Age. In: Historical Social Research. 37. Jg., H. 4, S. 97-188.
- Clausen, Lars (1988): Produktive und destruktive Arbeit: Soziologische Grundlagen. Berlin: De Gruyter.

- Coleman, James S. (1991): Grundlagen der Sozialtheorie. München: Oldenbourg.
- Deutschmann, Christoph (2008): Die Verheißung des absoluten Reichtums: Kapitalismus als Religion. In: Baecker, Dirk (Hg.): Kapitalismus als Religion. Berlin: Kadmos, S. 145-174.
- Diaz-Bone, Rainer/Krell, Gertraude (Hrsg.) (2010): Diskurs und Ökonomie. Diskursanalytische Perspektiven auf Märkte und Organisationen. Wiesbaden: VS Verlag.
- Diederichsen, Anke (2011): VCHR – Eine transaktionskostentheoretische Diskussion personalwirtschaftlich relevanter Virtual Communities. <http://universaar.uni-saarland.de/monographien/volltexte/2011/81/pdf/diederichsen.pdf>. Zugriff: 19.05.2013.
- Diercks, Joachim (2008): Die Kombination aus internetbasiertem Employer Branding und eAssesment bei Tchibo. In Beck, Christoph (Hg.): Personalmarketing 2.0: Vom Employer Branding zum Recruiting. München: Lucherhand Verlag, S. 162-177.
- Dietz, Martin/Röttger, Christof/Szameitat, Jörg (2011): Betriebliche Personalsuche und Stellenbesetzungen. In: IAB-Kurzbericht 26/2011.
- Dimap (Hg.) (2009): Umfrage zu Haltung und Ausmaß der Internetnutzung von Unternehmen zur Vorauswahl bei Personalentscheidungen. <http://www.bmelv.de/SharedDocs/-Downloads/Verbraucherschutz/InternetnutzungVorauswahlPersonalentscheidungen.-htm>. Zugriff: 09.09.2010.
- Dombois, Rainer (1999): Der schwierige Abschied vom Normalarbeitsverhältnis. In: APuZ. H. 37, S. 13-20.
- Döring, Hilmar (1999): Kritische Analyse der Leistungsfähigkeit des Transaktionskostensatzes. <http://webdoc.sub.gwdg.de/diss/1999/doering/inhalt.htm>. Zugriff: 30.01.2012.
- Dörre, Klaus (2005): Prekarisierung contra Flexicurity. Unsichere Beschäftigungsverhältnisse als arbeitspolitische Herausforderung. In: Kronauer, Martin/Linne, Gudrun (Hg.): Flexicurity. Die Suche nach Sicherheit in der Flexibilität. Berlin: edition sigma, S. 53-72.
- Dörre, Klaus (2009): Die neue Landnahme. Dynamiken und Grenzen des Finanzmarktkapitalismus. In: Dörre, Klaus/Lessenich, Stefan/Rosa, Hartmut (2009): Soziologie. Kapitalismus. Kritik. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 21-86.
- Dörre, Klaus (2013a): Kapitalismus im Wachstumsdilemma. Die Verdrängung der ökologischen Krisendimension und ihre Folgen. In: WSI-Mitteilungen 2/2013, S. 149-159.
- Dörre, Klaus (2013b): Landnahme und Wachstumszwang. Zu den Grenzen kapitalistischer Dynamik. In: Gaedt, Christian (Hrsg.) (2013): Krise der Ökonomie – Krise der Hegemonie? Die Überlebenskunst des Kapitalismus. Hamburg: Laika, S. 65-98.

- Dörre, Klaus/Lessenich, Stephan/Rosa, Hartmut (2010): Landnahme, Beschleunigung, Aktivierung. Dynamik und (De-)Stabilisierung moderner Wachstumsgesellschaften. <http://www.kolleg-postwachstum.de/sozwtgmedia/dokumente/Forschungsantrag/-Forschungsvollantrag+dt.pdf>. Zugriff: 20.09.2013.
- Edeling, Thomas (2012): Individuum und Organisation. Konformisten, Agenten und andere Fiktionen. In: Armutat, Sascha/Seisreiner, Achim (Hrsg.): Differentielles Management. Wiesbaden: Springer, S. 3-14.
- Eigler, Joachim (1997): Transaktionskosten und Personalwirtschaft. Ein Beitrag zur Verringerung der Ökonomiearmut in der Personalwirtschaftslehre. In: Zeitschrift für Personalforschung. 11. Jg., H. 1, S. 5-29.
- Erlinghagen, Marcel (2004). Die Restrukturierung des Arbeitsmarktes. Arbeitsmarktmobilität und Beschäftigungsstabilität im Zeitverlauf. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Esposito, Elena (2002): Soziales Vergessen: Formen und Medien des Gedächtnisses der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Esser Hartmut (1999): Soziologie. Allgemeine Grundlage. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Esser, Hartmut (2002a): Was könnte man (heute) unter einer „Theorie mittlerer Reichweite“ verstehen? In: Mayntz, Renate (Hg.): Akteure – Mechanismen – Modelle. Zur Theoriefähigkeit makro-sozialer Analysen. Frankfurt am Main/New York: Campus. S. 128-150.
- Esser, Hartmut (2002b): Wo steht die Soziologie? In: Soziologie. Forum der deutschen Gesellschaft für Soziologie. 32. Jg., H. 4, S. 20-32.
- Esser, Hartmut (2003): Wohin, zum Teufel mit der Soziologie? In: Soziologie. Forum der deutschen Gesellschaft für Soziologie. 33. Jg., H. 2, S. 72-82.
- Esser, Hartmut (2007): Soll das denn alles (gewesen) sein? Anmerkungen zur Umsetzung der soziologischen Systemtheorie in empirische Forschung. In: Soziale Welt. 58. Jg., H. 3, S. 351-358.
- Everett, Daniel (2010): Das glücklichste Volk: Sieben Jahre bei den Pirahã-Indianern am Amazonas. München: DTV.
- Foss, Nicolai J. (2008): Human capital and transaction cost economics. [http://www.academia.edu/2690074/Human\\_capital\\_and\\_transaction\\_cost\\_economics](http://www.academia.edu/2690074/Human_capital_and_transaction_cost_economics). Zugriff: 23.09.2011.
- Foucault, Michel (2006): Geschichte der Gouvernementalität. Die Geburt der Biopolitik. Bd. 2. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 300-330.

- Franke, Caroline (2010): Ist das Internet das bessere Arbeitsamt? Die wichtigsten Webseiten für Ihre Karriere. <http://www.bild.de/ratgeber/job-karriere/karriere/10-punkte-plan-fuer-einen-neuen-job-seiten-14346152.bild.html>. Zugriff: 13.01.2013.
- Franz, Stephan: (2004): Grundlagen des ökonomischen Ansatzes: Das Erklärungskonzept des Homo Oeconomicus. In: International Economics Working Paper 2004-02.
- Franz, Wolfgang (2007): Arbeitsmarktökonomik. Berlin: Springer.
- Fuhrmann, Bernd (2009): Lohnarbeit und Entlohnungsformen in der spätmittelalterlichen Agrarwirtschaft. In: Walter, Rolf (Hrsg.): Geschichte der Arbeitsmärkte. Erträge der 22. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. 11. bis 14. April 2007 in Wien. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Gerst, Detlef (2002): Wandel betrieblicher Kontrollpraktiken im Lichte einer poststrukturalistischen Machtanalytik. In: SOFI-Mitteilungen Nr. 30, S. 91-108.
- Giesecke, Johannes/Heisig, Jan Paul/Allmendinger, Jutta (2009): Einstiegswege in den Arbeitsmarkt. [http://www.sgb-ii.net/portal/material\\_aktuell/wzb\\_arbeitseinstieg.pdf](http://www.sgb-ii.net/portal/material_aktuell/wzb_arbeitseinstieg.pdf). Zugriff: 26.05.2011.
- Giesecke, Johannes/Heisig, Jan Paul (2010): Destabilisierung und Destandardisierung, aber für wen? Die Entwicklung der westdeutschen Arbeitsplatzmobilität seit 1984. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 62. Jg., H. 3, S. 403-435.
- Giesecke, Michael (1991): Der Buchdruck der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Giesecke, Michael/Stahl, Heiner/Früh, Hannah (2010): Der Einfluss sozialer Netzwerkseiten auf den Bewerbungs- und Rekrutierungsprozess. <http://arbeitsgeber.monster.de/hr/personal-tipps/markte-analysen/studien/bewerber-googeln-lohnt-nicht-072398.aspx>. Zugriff: 13.11. 2013.
- Goody, Jack/Watt, Ian (1981): Konsequenzen der Literalität. In: Goody, Jack/Watt, Ian (Hrsg.): Literalität in traditionellen Gesellschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 45ff.
- Google Trends (2012): Googlestatistik der Suchbegriffe „Xing“ und „Meinestadt“. <http://www.google.de/insights/search/#q=xing%2Cmeinestadt%2C%2C%2C&geo=DE&cmpt=q>. Zugriff: 12.06.2012
- Gottschall, Karin (2010): Arbeit, Beschäftigung und Arbeitsmarkt aus der Genderperspektive. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hrsg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 671-698.



- Granovetter, Mark S. (1995): *Getting a job. A study of contacts and careers*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Granovetter, Mark S. (2002): The strength of weak ties. In: Scott, John (Hg.): *Social networks. Critical concepts in sociology*. London: Routledge, S. 60-80.
- Groddeck, Victoria von/Siri, Jasmin (2012): Identitätskonstruktionen in einer Gesellschaft der Gegenwart – Empirische Beobachtungen zur Herstellung von Akteurspositionen in organisationalen Praxen. In: Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.): *Transnationale Vergesellschaftungen. Verhandlungen des 35. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Frankfurt am Main*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 1-12.
- Gross, Peter (1994): *Die Multioptionsgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Grund, Christian (2006): Mitarbeiterrekrutierung über das Internet. Marktanalyse und empirische Untersuchung von Determinanten und Konsequenzen für die Arbeitnehmer. In: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*. 76. Jg., H. 5, S. 451-472.
- GULP (2012a): Aktuelle Unternehmensdaten. <https://www.gulp.de/wiruu/kennzahlen.html>. Zugriff: 19.06.2012.
- GULP (2012c): Trashpoll Einstellung zur Existenzform Freiberufler. <https://www.gulp.de/-kb/org/trashpoll-2312.html>. Zugriff: 19.06.2012.
- GULP(2012b): Aktuelle Projektausschreibungen und -dauern. <http://www.gulp.de/ub/eigenrecherche.html>. Zugriff: 19.06.2012.
- Habermas, Jürgen/Luhmann, Niklas (1971). *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Was leistet die Systemforschung?* Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hadamek, Claus (2008): Wohlfahrtsstaat und Gesellschaft. Eine systemtheoretische Analyse der sozialwissenschaftlichen Wohlfahrtsstaatsforschung und die Theorie funktionaler Differenzierung, S. 229-238.
- Hahn, Hans Peter (2000): Siedlungsgeschichten bei den Kassena: orale Tradition und Lokalität. In: *Zeitschrift für Ethnologie*. 125. Bd., H. 2, S. 241-263.
- Heidegger, Martin (2001): *Sein und Zeit*. Tübingen: Niemeyer.
- Henkel, Anna (2012): Ökonomisierung, Verbetriebswirtschaftlichung, Verdinglichung. Gesellschaftliche Bedingungen und Konsequenzen zunehmender Marktorientierung. [http://www.mpifg.de/projects/marketization/downloads/Henkel\\_deutsch.pdf](http://www.mpifg.de/projects/marketization/downloads/Henkel_deutsch.pdf). Zugriff: 28.10.2013.
- Hercheui, Magda (2011): The Institutionalization of Virtual Communities: How institutional Carriers Influence Online Governance Structures. <http://aisel.aisnet.org/ecis2011/50>. Zugriff: 13.11.2013.

- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (1988): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt am Main: Fischer.
- Hutter, Michael/Teubner, Gunther (1994): Der Gesellschaft fette Beute. Homo Oeconomicus and Homo Juridicus als kommunikationserhaltende Fiktionen. In: Fuchs, Peter/Göbel, Andreas (Hrsg.): Der Mensch – das Medium der Gesellschaft? Suhrkamp: Frankfurt am Main, S. 110-145.
- Illouz, Eva (2007): Gefühle in Zeiten des Kapitalismus. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Initiative D21 (2013): D21-Digital-Index. Auf dem Weg in ein digitales Deutschland?! <http://www.initiatted21.de/portfolio/d21-digital-index/>. Zugriff: 04.12.2013.
- Jäckel, Michael (2010): Mediensoziologie. In: Kneer Georg/Schroer Markus (Hrsg.): Handbuch Spezielle Soziologien. Wiesbaden: VS Verlag.
- Jäger, Wieland/Pfeiffer, Sabine (1996): „Die Arbeit ist das lebendige, gestaltende Feuer ...“ Der Marxsche Arbeitsbegriff und Lars Clausens Entwurf einer modernen Arbeitssoziologie. In: Arbeit. Zeitschrift für Arbeitsforschung, Arbeitsgestaltung und Arbeitspolitik. 5. Jg., H. 2, S. 223-247.
- Jayakar, Krishna/Park, Eun-A (2013): Broadband Availability and Employment. An Analysis of County-Level Data from the National Broadband Map. Journal of Information Policy. 3. Jg., S. 181-200.
- Jochum, Georg (2010): Zur historischen Entwicklung des Verständnisses von Arbeit. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günther/Wachtler, Günther (Hrsg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 81-125.
- John, René/Henkel, Anna/Rückert-John, Jana (Hrsg.) (2010): Die Methodologien des Systems. Wie kommt man zum Fall und wie dahinter? Wiesbaden: VS Verlag.
- Jürgens, Kerstin (2005): Perspektiverweiterung statt Kriseninszenierung. Ein Beitrag zum Diskurs über die Zukunft der Arbeits- und Industriesoziologie. In: Arbeit. Zeitschrift für Arbeitsforschung, Arbeitsgestaltung und Arbeitspolitik. 14. Jg., H. 3, 173-190.
- Kavai, André (2008): Auswirkungen von internen elektronischen Jobbörsen auf Koordinationsform und Transaktionskosten im Rahmen interner Arbeitsmärkte. <http://publikationen.ub.unifrankfurt.de/frontdoor/index/index/docId/5733>. Zugriff: 05.02.2012.
- Keller, Berndt/Seifert, Hartmut (2007): Atypische Beschäftigung. Flexibilisierung und soziale Risiken. Berlin: edition sigma.
- Keller, Reiner (2007): Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen, Wiesbaden: VS Verlag.

- Kirchgässner, Gebhard (2008): Homo oeconomicus. Das ökonomische Modell individuellen Verhaltens und seine Anwendung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Tübingen: Mohr.
- Kleemann, Frank/Krähnke, Uwe/Matuschek, Ingo (2009): Interpretative Sozialforschung – Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kleemann, Frank/Voß, G. Günther (2010): Arbeit und Subjekt. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günther/Wachtler, Günther (Hrsg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 415-450.
- Kneer, Georg (2001): Organisation und Gesellschaft. Zum ungeklärten Verhältnis von Organisations- und Funktionssystemen in Luhmanns Theorie sozialer Systeme. In: Zeitschrift für Soziologie. 30. Jg., H. 6, S. 407-428.
- Kneer, Georg/Nassehi, Armin (2000): Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. München: UTB.
- Knorr-Cetina, Karin (2012): Skopische Medien: Am Beispiel der Architektur von Finanzmärkten. In: Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kocka, Jürgen (2006): Mehr Last als Lust. Arbeit und Arbeitsgesellschaft in der europäischen Geschichte. [www.zeitgeschichte-online.de/themen/mehr-last-als-lust](http://www.zeitgeschichte-online.de/themen/mehr-last-als-lust). Zugriff: 17.12.2012.
- Köhler, Christoph/Loudovici, Kai (2008): Betriebliche Beschäftigungssysteme und Arbeitsmarktsegmentation. In: Köhler, Christoph/Struck, Olaf/Grotheer, Michael/ Krause, Alexandra/Krause, Ina/Schröder, Tim: Offene und geschlossene Beschäftigungssysteme. Determinanten, Risiken und Nebenwirkungen. Wiesbaden: VS Verlag, S. 31-63.
- Köhler, Christoph/Krause, Alexandra/Blazejewski, Franziska/Leschner, Udo/Omenukor, Siegrun/Reimann, Christian (Hg.) (2009): Arbeitskraftunternehmer oder Proletarier? Hintergründe und Motive für diskontinuierliche Erwerbsverläufe. SFB 580. Arbeitspapier Nr. 17.
- Köhler, Christoph/Krause, Alexandra (2010). Betriebliche Beschäftigungspolitik. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günther/Wachtler, Günther (Hrsg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 387-412.
- Koselleck, Reinhart (2006): Begriffsgeschichten. Studien zur Semantik und Pragmatik der politischen und sozialen Sprache. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Krause, Alexandra/Köhler, Christoph (2011): Von der Vorherrschaft interner Arbeitsmärkte zur dynamischen Koexistenz von Arbeitsmarktsegmenten. In: WSI-Mitteilungen. 11/2011, S. 588-596.
- Krause, Alexandra/Köhler, Christoph (Hg.) (2012): Arbeit als Ware. Zur Theorie flexibler Arbeitsmärkte. Bielefeld: transcript.
- Krause, Detlef (2005): Luhmann-Lexikon. Eine Einführung in das Gesamtwerk von Niklas Luhmann. Stuttgart: UTB.
- Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation, Wiesbaden: VS Verlag.
- Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (2012): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kühl, Stefan (2004): Von der Krise, dem Elend und dem Ende der Arbeits- und Industriesoziologie. In: Soziologie. Forum der deutschen Gesellschaft für Soziologie 33. Jg., H. 2, S. 7-16.
- Kühl, Stefan (2008): Wirtschaft und Gesellschaft: neomarxistische Theorieansätze. In: Maurer, Andrea (Hrsg.): Handbuch der Wirtschaftssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 124-151.
- Kuhn, Peter/Skuterud, Mikal (2002): Internet Job Search and Unemployment Durations. IZA Discussion Paper No. 613.
- Kurtz, Thomas (2001): Form, strukturelle Kopplung und Gesellschaft. Systemtheoretische Anmerkungen zu einer Soziologie des Berufs. In: Zeitschrift für Soziologie. 30. Jg. H. 2, S. 135–156.
- Lamla, Jörn (2010a): Digitale Konsumwelten als politische Bildungsräume? In: Grell, Petra/Marotzki, Winfried/Schelhowe, Heidi (Hrsg): Neue digitale Kultur- und Bildungsräume. Wiesbaden: VS Verlag, S. 145-168.
- Lamla, Jörn (2010b): Zonen der Ununterscheidbarkeit. Ökonomie und Anerkennung im digitalen Zeitalter. In: Neckel, Sigward (Hg.): Kapitalistischer Realismus. Von der Kunstaktion zur Gesellschaftskritik. Frankfurt am Main: Campus. S. 256-278.
- Langfeldt, Bettina (2009): Subjektorientierung in der Arbeits- und Industriesoziologie. Theorien, Methoden und Instrumente zur Erfassung von Arbeit und Subjektivität. Wiesbaden: VS Verlag.
- Laumer, Sven/Eckhardt, Andreas/Weitzel, Tim (2012): Online Gaming to Find a New Job – Examining Job Seekers’ Intention to Use Serious Games as a Self-Assessment Tool. Zeitschrift für Personalforschung, 26(3). S. 218-240.

- Lessenich, Stephan (2009a): Krise des Sozialen? In: APuZ 52/2009, S. 28-34.
- Lessenich, Stephan (2009b): Mobilität und Kontrolle. Zur Dialektik der Aktivgesellschaft. In: Dörre, Klaus/Lessenich, Stefan/Rosa, Hartmut (2009): Soziologie. Kapitalismus. Kritik. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 126-177.
- Lohaus Daniela/Hauer Georg/Schmalz, Franziska (2008): Virtuelle Personalmessen. In: Personal: Zeitschrift für Human Resource Management. 60. Jg., H. 2, S. 6-9.
- Lopez, Carola (2011): Erfolgspotential von E-Recruiting Maßnahmen. In BVDW: Trend in Prozent.
- Löw, Martina (2001): Raumsoziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1988): Die Wirtschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 91-130.
- Luhmann, Niklas (1991): Soziale Systeme. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1992): Die Wissenschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1994): Copierte Existenz und Karriere. Zur Herstellung von Individualität, In: Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hg.): Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 191-200.
- Luhmann, Niklas (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2000): Organisation und Entscheidung. Wiesbaden: Opladen.
- Luhmann, Niklas (2004): Die Kunst der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2008): Ideenevolution. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2009): Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden: VS Verlag.
- Lutz, Burkhardt (1989): Der kurze Traum immerwährender Prosperität. Eine Neuinterpretation der industriell-kapitalistischen Entwicklung im Europa des 20. Jahrhunderts. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Lyre, Holger (2002): Informationstheorie: Eine philosophisch-naturwissenschaftliche Einführung. München: Fink Verlag.
- Mackert, Jürgen/Steinbicker, Jochen (2013): Zur Aktualität von Robert K. Merton. Wiesbaden: Springer.
- Mai, Jochen (2011): Durch Daddeln zum neuen Job. <http://www.zeit.de/karriere/Berbung/-2011-03/recruiting-online-games>, Zugriff: 03.11.2013.
- Marshall, Sahlins (1972): Stone Age Economics. Hawthorne/New York: De Gruyter.
- Martens, Will (1997): Organisation und gesellschaftliche Teilsysteme. In: Ortmann, Günther/Sydow, Jörg/Türk, Klaus (Hrsg.): Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 263-311.

- Marx, Karl (1962): Das Kapital. Band 1. Kritik der politischen Ökonomie. Berlin: Dietz Verlag.
- Maurer, Andrea (2004): Von der Krise, dem Elend und dem Ende der Arbeits- und Industrie-soziologie. Einige Anmerkungen zu Erkenntnisprogrammen, Theorietraditionen und Bindestrich-Soziologien. In: Soziologie. Forum der deutschen Gesellschaft für Soziologie. 33. Jg., H. 4, 7-19.
- McLuhan, Marshall (1997): Gutenberg Galaxie – Das Ende des Buchzeitalters. Bonn/Paris: Addison Wesley Verlag.
- McLuhan, Marshall/Fiore, Quentin (2012): Das Medium ist die Massage: Ein Inventar media-ler Effekte. Leipzig: Tropen bei Klett-Cotta.
- Mellet, Kevin (2005): Internet and the Labour Market: Towards a Procedural Model of Job Search. <http://www.csi.ensmp.fr/en/publications?a=Mellet>. Zugriff: 13.11.2013.
- Miller, Daniel (2012): Das wilde Netzwerk. Ein ethnologischer Blick auf Facebook. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Moldaschl, Manfred (2003): Foucaults Brille. Eine Möglichkeit, die Subjektivierung von Ar-beit zu verstehen? In: Moldaschl, Manfred/Voß, G. Günther (Hg.): Subjektivierung von Arbeit. München/Mering: Hampp, S. 149-192.
- Moldaschl, Manfred (2010): Reflexiver Theoriegebrauch – die Brillenmethodik. Zur Metho-dologie wissenschaftlichen Denkens. [http://www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/bwl9/publikationen/lehrstuhlpapiere/WP\\_2010\\_11\\_RefTheoS.pdf](http://www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/bwl9/publikationen/lehrstuhlpapiere/WP_2010_11_RefTheoS.pdf). Zugriff: 18.02.2011.
- Moldaschl, Manfred/Voß, G. Günter (2002). Zur Einführung. In: Moldaschl, Manfred/Voß, G. Günter (Hrsg.): Subjektivierung von Arbeit. München/Mering: Hampp, S. 13-21.
- Mückenberger, Ulrich (1985): Die Krise des Normalarbeitsverhältnisses. In: Mitteilungsblatt der Zentralen wissenschaftlichen Einrichtung Arbeit und Betrieb. Nr. 11/12, S. 3-36.
- Mückenberger, Ulrich (1990): Normalarbeitsverhältnis. Lohnarbeit als normativer Horizont sozialer Sicherheit? In: Sache, Christoph/Engelhardt, Tristram H. (Hrsg.): Sicherheit und Freiheit. Zur Ethik des Wohlfahrtsstaates. Frankfurt am Main.: Suhrkamp, S. 158-178.
- Mützel, Sophie (2010): Geschichten als Signale. Zur diskursiven Konstruktion von Märkten – In: Diaz-Bone, Rainer/Krell, Gertraude (Hg.): Diskurs und Ökonomie. Diskursanalyti-sche Perspektiven auf Märkte und Organisationen. Wiesbaden: VS Verlag.
- Nassehi, Armin (2003a): Und wenn die Welt voll Teufel wär'... . In: Soziologie. Forum der deutschen Gesellschaft für Soziologie. 32. Jg., H. 4, S. 52-58.

- Nassehi, Armin (2003b): *Geschlossenheit und Offenheit. Studien zur Theorie der modernen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Nassehi, Armin (2011): *Gesellschaft der Gegenwart. Studien zur Theorie der modernen Gesellschaft II*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Nassehi, Armin (2012): Ökonomisierung als Optionssteigerung. Eine differenzierungstheoretische Perspektive. In: *Soziale Welt*. 63. Jg., H. 4, S. 403-420.
- Nassehi, Armin/Saake, Irmhild (2002): Kontingenz: Methodisch verhindert oder beobachtet? Ein Beitrag zur Methodologie der qualitativen Sozialforschung. In: *Zeitschrift für Soziologie*. 31. Jg., H. 1, S. 66-86.
- Nassehi, Armin/Nollmann, Gerd (2004): *Bourdieu und Luhmann: Ein Theorienvergleich*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Neumann-Braun, Klaus (2010): Fremde Freunde im Netz? Selbstpräsentation und Beziehungswahl auf Social Network Sites – ein Vergleich von Facebook.com und Festzeit.ch. In: Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hg.): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 163-182.
- Oevermann, Ulrich (1991): Genetischer Strukturalismus und das sozialwissenschaftliche Problem der Erklärung der Entstehung des Neuen. In: Stefan Müller-Doohm (Hrsg.): *Jenseits der Utopie. Theoriekritik der Gegenwart*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 267-336.
- Oexle, Otto Gerhard (1981): Armut und Armenfürsorge um 1200. Ein Beitrag zum Verständnis der freiwilligen Armut bei Elisabeth von Thüringen. In: Phillips-Universität-Marburg (Hg.): *Sankt Elisabeth. Fürstin Dienerin Heilige*. Sigmaringen: Jan Thorbecke, S. 78-100.
- Offe, Claus (1984): Arbeit als soziologische Schlüsselkategorie? In: Offe, Claus: „*Arbeitsgesellschaft*“: Strukturprobleme und Zukunftsperspektiven. Frankfurt am Main/New York: Campus, S. 13-43.
- Ong, Walter J. (1987): *Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Pahl, Hanno/Meyer, Lars (2009): Soziologische Aufklärung gestern, heute, morgen: Luhmanns Systemtheorie der Gesellschaft als Fortschreibung kritischer Theorie? In: Elbe, Ingo/Elmers, Sven (Hg.): *Eigentum, Gesellschaftsvertrag, Staat: Begründungskonstellationen der Moderne*. Münster: Westfälisches Dampfboot. S. 281-313.
- Passoth, Jan-Hendrik/Wehner, Josef (2013) (Hg.): *Quoten, Kurven und Profile. Zur Vermessung der sozialen Welt*. Wiesbaden: Springer.

- Pernicka, Susanne/Aust, Andreas/Adam, Georg (2005): Abhängige Selbstständigkeit. Ausmaß, Verbreitung und gewerkschaftliche Interessenvertretung im europäischen Vergleich. SWS-Rundschau. 45.Jg., H. 3, S. 33-353.
- Pfeiffer, Sabine/Jäger, Wieland (2006): Ende des Elends. Marxsche Reformulierung, handlungstheoretischer Beitrag und dialektische Reanimation der Arbeits- und Industriesoziologie. In: Soziologie. Forum der deutschen Gesellschaft für Soziologie. 35. Jg., H. 1, S. 7-25.
- Pierenkemper, Toni (2008): Der Auf- und Ausbau eines "Normalarbeitsverhältnisses" in Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert. In: Walter, Rolf (Hg.): Geschichte der Arbeitsmärkte. Erträge der 22. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte 11. bis 14. April 2007 in Wien. Stuttgart: Franz Steiner, S. 77-118.
- Platon (1982): Der Staat. Stuttgart: Reclam.
- Pongratz, Hans J. (2012): Exit Markt: Bedingungen aktiven Angebotsverhaltens qualifizierter Arbeitnehmer. In: Krause, Alexandra/Köhler, Christoph (Hg.): Arbeit als Ware. Zur Theorie flexibler Arbeitsmärkte. Bielefeld: transcript, S. 207-227.
- Postel, Verena (2009): Arbeit und Willensfreiheit im Mittelalter. Stuttgart: Franz Steiner.
- Priddat, Birger P. (2009): „Geist der Ornamentik“, Ideogrammatik des Geldes: Allegorien bürgerlicher Zivilreligion auf Banknoten des 19. und 20. Jahrhunderts. In: Baecker, Dirk (Hg.): Kapitalismus als Religion. Berlin: Kadmos, S. 19-34.
- Przyborski, Aglaja/Wohlrab-Sahr, Monika (2010): Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. Oldenbourg, S. 91-155.
- Puck, Jonas F./Rygl, David/Exter, Andreas/Holtbrügge, Dirk (2004): Kulturelle Einflüsse auf internetbasierte HR-Managementtechniken. Verliert die nationale Kultur an Bedeutung? In: Zeitschrift für Personalforschung. 18. Jg. H. 1, S. 24-38.
- Raeder, Sabine/Grote, Gudela (2012): Der psychologische Vertrag. Göttingen u.a.: Hofgrefe.
- Reichert, Ramón (2008): Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld: transcript.
- Reininghaus, Wilfried (1986): Arbeit im städtischen Handwerk an der Wende zur Neuzeit. In: Tenfelde, Klaus (Hg.): Arbeit und Arbeitserfahrung in der Geschichte. Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht, S. 9-31.
- Roberts, Sherry J./Roach, Terry (2009): Social Networking Web Sites and Human Resource Personnel: Suggestions for Job Searches. In: Business Communication Quarterly. 72. Jg., H. 1, S. 110-114.



- Rosa, Hartmut (2005): Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Ruel, Huub/van der Kaap, Harry (2012): E-HRM Usage and Value Creation. Does a Facilitating Context Matter? In: Zeitschrift für Personalforschung. 26. Jg., H. 3, S. 260-281.
- Saake, Irmhild/Nassehi, Armin (2007): Einleitung: Warum Systeme? Methodische Überlegungen zu einer sachlich, sozial und zeitlich verfassten Wirklichkeit. In: Soziale Welt. 58. Jg., H. 3, S. 233-254.
- Sareen, Puja/Subramanian, Venkat (2012): E-HRM: A Strategic Review. In: International Journal of Human Resource Studies. 2. Jg., H. 3, S. 119-127.
- Sauer, Dieter (2008): „Du bist Kapitalismus“ oder die Widersprüche der Ökonomisierung. In: Rehberg, Karl-Siegbert (Hg.): Die Natur der Gesellschaft: Verhandlungen des 33. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006. Frankfurt am Main: Campus.
- Schimank, Uwe/Volkmann, Ute (2008): Ökonomisierung der Gesellschaft. In: Maurer, Andrea (Hrsg.): Handbuch der Wirtschaftssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 382-393.
- Schmid, Günther (2002): Wege in eine neue Vollbeschäftigung. Übergangsarbeitsmärkte und aktivierende Arbeitsmarktpolitik. Frankfurt am Main: Campus.
- Schmidt, Hans Peter (2005): Schicksal Gott Fiktion. Die Bibel als literarisches Meisterwerk. Paderborn u.a.: Ferdinand Schöningh.
- Schröder, Stefan (2012): Die Ware Arbeitskraft im Internet. In: Krause, Alexandra/Köhler, Christoph (Hg.): Arbeit als Ware. Zur Theorie flexibler Arbeitsmärkte. Bielefeld: transcript, S. 269-288.
- Schröder, Stefan (2013): Internetarbeitsmärkte und Erwerbsorientierungen. In: Barteczko, Sebastian/Köhler, Christoph/Schröder, Stefan (Hrsg.) (2013): Erwerbsorientierungen zwischen Arbeitsmarkt und Betrieb. Hintergründe und Motive für diskontinuierliche Erwerbsverläufe. In: Jenaer Beiträge zur Soziologie 23, S. 302-339.
- Schröder, Tim/Struck, Olaf/Wlodarski, Carola (2008): „Vordringlichkeit des Befristeten“? Zur Theorie und Empirie offener Beschäftigungssysteme. In: Köhler, Christoph/Struck, Olaf/Grotheer, Michael/Krause, Alexandra/Krause, Ina/Schröder, Tim: Offene und geschlossene Beschäftigungssysteme. Determinanten, Risiken und Nebenwirkungen. Wiesbaden: VS Verlag, S. 143-200.
- Schulze, Gerhard (1995): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main/New York: Campus.

- Schulze, Winfried (1988): Die ständische Gesellschaft des 16./17. Jahrhunderts als Problem von Statik und Dynamik. In: Schulze, Winfried (Hg.): Ständische Gesellschaft und Mobilität. Schriften des Historischen Kollegs. Kolloquien 13. München/Wien, S. 1-17.
- Shannon, Claude/Weaver, Warren (1976): Mathematische Grundlagen der Informationstheorie. München u.a.: Oldenbourg.
- Simmel, Georg (1989): Philosophie des Geldes. Gesamtausgabe Band 6. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Smith, Adam (1991): Der Wohlstand der Nationen. München: DTV.
- Statistisches Bundesamt (2009): Informationsgesellschaft in Deutschland. Ausgabe 2009. [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/Querschnitt/Informationsgesellschaft1030701099004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/Querschnitt/Informationsgesellschaft1030701099004.pdf?__blob=publicationFile). Zugriff: 14.11.2011.
- Stegbauer Christian/Rausch Alexander (2006): Strukturalistische Internetforschung. Wiesbaden: VS Verlag.
- Stevenson, Betsey (2009): The Internet and Job Search. In: Autor, David H. (Hg.): Studies of labor market intermediation. National bureau of economic research conference report May 17-18, 2007. Chicago: University of Chicago Press, S. 67-86.
- Stichweh, Rudolf (2006): Professionen in einer funktional differenzierten Gesellschaft. <http://www.unilu.ch/files/1stwinklusion.exklusion.leitg.pdf>. Zugriff: 08.12.2012.
- Strohmeier, Stefan (2012): Assembling a Big Mosaic – A Review of Recent Books on Electronic Human Resource Management (e-HRM). In: Zeitschrift für Personalforschung, 26. Jg., H. 3, S. 282-294.
- Sutter, Tilmann (2010): Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien. Wiesbaden: VS Verlag.
- Suvankulov, Farrukh (2010): Job search on the internet. E-recruitment, and labor market outcomes. [http://www.rand.org/pubs/rgs\\_dissertations/RGSD271.html](http://www.rand.org/pubs/rgs_dissertations/RGSD271.html). Zugriff: 06.09.2011.
- Tacke, Veronika (2001): Organisation und gesellschaftliche Differenzierung. Organisation und Gesellschaft. Wiesbaden: WDV.
- Thiedeke, Udo (2010): Von der "kalifornischen Ideologie" zur "Folksonomy" – die Entwicklung der Internetkultur. In: Marotzki, Winfried/Schelhowe, Heidi (Hg.): Neue digitale Kultur- und Bildungsräume. Wiesbaden: VS Verlag, S. 51-60.

- Traue, Boris (2012): Kommunikationsregimes. In: Keller, Reiner/Knoblauch, Hubert, Reichertz, Jo (Hg.) Kommunikativer Konstruktivismus. Wiesbaden: VS Verlag. S. 281-302.
- Traue, Boris (2013): Visuelle Diskursanalyse. Ein programmatischer Vorschlag zur Untersuchung von Sicht- und Sagbarkeiten im Medienwandel. In: Zeitschrift für Diskursforschung. 1. Jg., H. 2, S. 117-136.
- van Eimeren, Birgit /Frees, Beate (2013): Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. Media Perspektiven 7-8/2013.
- van Haaren, Kurt /Schwemmle, Michael (1997): Digitalisierung der Arbeitswelt. In: Dengel, Andreas/Schröter, Welf (Hrsg.): Flexibilisierung der Arbeitskultur – Infrastrukturen der Arbeit im 21. Jahrhundert. Mössingen-Talheim: Talheimer Verlag, S. 98-109.
- Vogd, Werner (2007): Empirie oder Theorie? Systemtheoretische Forschung jenseits einer vermeintlichen Alternative. In: Soziale Welt 58. Jg., H. 3, S. 229-362.
- Vogd, Werner (2011): Methodologie und Verfahrensweise der dokumentarischen Methode und ihre Kompatibilität zur Systemtheorie. In: Vogd, Werner (Hg.): Systemtheorie und rekonstruktive Sozialforschung – Versuch einer Brücke. Leverkusen: Budrich.
- Vormbusch, Uwe (2007): „Eine Soziologie der Kalkulation: Werner Sombart und die Kulturbedeutung des Kalkulativen“. In: Hanno Pahl/Lars Meyer (Hg.): Kognitiver Kapitalismus. Zur Dialektik der Wissensökonomie. Marburg: Metropolis Verlag, S. 75-96.
- Vormbusch, Uwe (2011): Das Portfolio als Wettbewerbstechnologie. In: Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.): Transnationale Vergesellschaftungen. Verhandlungen des 35. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Frankfurt am Main. Wiesbaden: VS Verlag.
- Voß, G. Günter (2001): Auf dem Weg zum Individualberuf? Zur Beruflichkeit des Arbeitskraftunternehmers. In: Kurtz, Thomas (Hg.): Aspekte des Berufs in der Moderne. Opladen: Leske + Budrich.
- Voß, G. Günther (2010): Was ist Arbeit? Zum Problem eines allgemeinen Arbeitsbegriffs. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günther/Wachtler, Günther (Hrsg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 23-80.
- Voß, G. Günter/Pongratz, Hans J. (1998): Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der ‚Ware Arbeitskraft‘? In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 50. Jg., H. 1, S. 131-158.
- Weber, Max (2005): Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus. Erfstadt: Area.

- Wehling, Pamela (2013): Psychologischer Vertrag. In: Hirsch-Kreinsen, Hartmut/Minnsen, Heiner (Hg.): Lexikon der Arbeits- und Industriesoziologie. Berlin: edition sigma. S. 403-408.
- Weitzel, Tim/Eckhardt, Andreas/Von Stetten, Alexander/Launer, Sven (2011) (Hg): Recruiting Trends im Mittelstand. <http://de.amiando.com/eventResources/S/e/-iEflmeuQmf65pB/Recruiting%20Trends%20Mittelstand%202011%20Management-%20Zusammenfassung.pdf>. Zugriff: 26.05.2011.
- Williamson, Oliver E. (1990): Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperationen. Tübingen: Mohr.
- Williamson, Oliver E. (1998): Transaction Cost Economics. How it works, where it is headed. In: De Economist. 146. Jg., H. 1, S. 23-58.
- Winkler, Hartmut (2005): Pro-gramm. Eine Überlegung zur Macht und Ohnmacht im Universum der Schrift. In: Fischer, Ludwig (Hg.): Programm und Programmatik. Kultur- und medienwissenschaftliche Analysen. Konstanz: UVK, S. 63-73.
- Witzel, Andreas (2000): Das problemzentrierte Interview. In: Forum Qualitative Sozialforschung. 1. Jg. H. 1. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/-1132/2519>. Zugriff: 10.01.2012.
- Ziemann, Andreas (2006): Soziologie der Medien. Bielefeld: transcript.
- Ziemann, Andreas (2011): Medienkultur und Gesellschaftsstruktur. Wiesbaden: VS Verlag.

## **Ehrenwörtliche Erklärung**

Dem Verfasser der vorliegenden Dissertationsschrift ist die geltende Promotionsordnung in vollem Umfang bekannt.

Die Erstellung der Dissertation erfolgte ausschließlich selbstständig. Es sind keine Textabschnitte einer dritten Person oder eigene Prüfungsarbeiten ohne Quellenangabe übernommen worden. Allen benutzten Hilfsmittel, persönlichen Mitteilungen und Quellen sind angegeben. Es sind keine dritten Personen bei der Auswahl und Auswertung des Materials und bei der Herstellung des Manuskripts beteiligt gewesen.

Es wurde kein Promotionsberater in Anspruch genommen und keine dritte Person unmittelbar oder mittelbar gegen Entgelt eingebunden.

Die Dissertation wurde bisher nicht als Prüfungsarbeit an einer staatlichen oder wissenschaftlichen Stelle eingereicht.

Die Dissertation wurde weder teilweise noch vollständig an einer anderen Hochschule oder Fakultät eingereicht.

Stefan Schröder